



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

생활과학석사 학위논문

# 소비자의 금융소외에 관한 연구

- 금융상품과 거래채널을 중심으로 -

2018 년 8 월

서울대학교 대학원

소비자학과

서 가 연



# 소비자의 금융소외에 관한 연구

- 금융상품과 거래채널을 중심으로 -

지도교수 최 현 자

이 논문을 생활과학석사 학위논문으로 제출함

2018 년 4 월

서울대학교 대학원

소비자학과

서 가 연

서가연의 석사 학위논문을 인준함

2018 년 6 월

위 원 장 손 상 희 (인)

부위원장 김 소 연 (인)

위 원 최 현 자 (인)



## 국문초록

여러 가지 생애 단계별 목표를 달성하고 증가하는 기대수명에 대비하기 위한 목적으로 소비자들이 여러 금융상품을 이용하는데 관심이 증가하고 있다. 그러나 금융시장에서 금융상품의 수익 구조는 점차 복잡해지고 유사한 금융상품이 다양하게 제공되는 반면, 금융소비자들이 적합한 금융상품을 스스로 탐색하고 선택하는데 필요한 금융이해력 수준은 여전히 충분하지 못한 수준이다. 금융소비자와 금융회사 간에 존재하는 정보의 비대칭성 혹은 거래상의 지위 불균등과 같은 금융시장에서의 고질적인 문제까지도 고려한다면 금융소비자가 금융시장에서 자신의 니즈를 충족시키기는 더욱 어려운 환경이라 할 수 있다.

이러한 문제들이 누적되고 글로벌 금융위기를 겪게 되면서 전 세계적으로 금융소비자의 권리를 실현시킬 수 있는 환경을 조성하고 금융소비자를 보호하기 위한 금융포용에 대한 관심이 높아졌다. 금융포용이란 경제활동이 가능한 주체가 금융회사가 제공하는 금융상품과 서비스에 효과적으로 접근할 수 있는 환경을 조성하는 것을 의미한다. 국내에서도 포용적 금융을 위한 다양한 노력들이 진행되고 있으나, 아직까지 개념에 대한 심도 있는 고찰보다는 당장의 해결책을 제시하는데 노력이 편중된 경향을 보인다. 따라서 금융포용이라는 목표를 달성하기 위한 가장 원천적인 단계로서 금융소외가 발생하는 영역과 금융소외를 경험하는 소비자가 누구인지 탐색적으로 파악할 필요가 있다.

금융소외란 ‘소비자가 금융시장에서 필요로 하는 금융상품에 접근하지 못하고 가입이 좌절되어 금융거래 상의 니즈를 충족시킬 수 없는 문제가 발생하는 과정’으로, 본 연구에서는 특정 상품이나 소비자 집단에 한정하지 않고 보다 종합적으로 금융소외의 현상을 다룰 수 있도록 하였다. 이러한 정의를 기반으로 두 가지 연구문제를 통해 우리나라 금융시장에서 발생하는 금융소외를 탐색적으로 고찰하고자 하였다. 먼저, [연구문제 1]은 금융소외의 양상을 금융상품과 거래채널을 두 축으로 하여 각 영역에서의 금융소외를 경험하는 금융소비자가 어느 정도 되는지를 살펴보고 금융소외를 겪는 소비자들의 특성에 따라 금융소외 경험에 차이가 있는지 분석하였다. [연구문제 2]에서는 각각의 금융소외의 발생에 관련

이 있는 요인들이 금융소외에 미치는 상대적인 영향을 살펴보았다. 이를 통해 본 연구는 소비자들이 금융시장에서 경험하는 금융소외가 상품과 서비스 특성 및 거래채널별로 어떠한 양상으로 나타나는지 알아보고 그에 대한 원인을 규명하여 우리나라 금융시장에서 금융소비자들의 소외 경험을 종합적으로 밝혀보았다.

20대에서 60대 금융소비자 526명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시한 결과, 응답자 526명 중 347명인 약 65%가 한 번이라도 금융소외를 경험한 적이 있는 것으로 나타났다. 또한 금융상품과 거래채널에 따라 금융소외의 양상과 원인이 상이한 것으로 나타나 본 연구에서 확장된 개념으로 금융소외를 정의한 시도가 유효하였다고 볼 수 있다.

세부적으로 금융상품을 특성별로 분류하여 각 영역에서 금융소외가 발생하는 비중을 살펴보면 금융소외는 투자성 상품에서 가장 많이 발생하여 전체 응답자의 67.7%가 소외를 경험하였으며, 다음으로 보장성 상품 42.7%, 대출성 상품 21.6%, 예금성 상품 21.3% 순으로 나타났다. 투자성 상품은 거래 비용에 대한 부담감과 거래자신감과 같은 심리적인 요인들과 다양한 상품에 대한 선택 혼란 변수가 금융소외에 영향을 미쳤고, 보장성 상품에서는 유사하게 거래비용에 대한 부담감과 다양한 상품에 대한 선택 혼란 변수가 특징적인 영향요인으로 나타났다. 대출성 상품의 경우 해당 집단의 금융이해력 수준과 주관적 금융거래역량이 높다는 점을 고려할 때, 준거집단의 부정적 인식이나 기타 외부적인 거래 환경의 영향이 금융소외를 유발한다고 추정할 수 있었다. 마지막으로 예금성 상품에서는 효과적인 자산관리를 위한 실천수준을 측정하는 금융행동이 금융소외에 부적인 영향을 미치는 결과를 보였다.

이상의 결과를 종합적으로 고려하면 금융소외는 기존 선행연구에서 금융소외의 원인으로 지목되던 재정적 결핍 혹은 신용 사용의 제한과 같은 요소뿐만 아니라 개인 심리적인 측면이나 금융상품의 고유한 특성들 역시 소비자들이 금융소외를 경험하는데 유의미한 영향을 미친다는 점을 도출할 수 있었다.

한편, 거래채널의 측면에서 금융소외의 양상과 원인을 살펴보면 대면 거래와 비대면 거래간 차이를 보였다. 비대면 거래에서 소외 경험 여부에 영향을 미치는 요인 중 연령과 금융상품에 대한 선택 혼란 변수가 정적인 영향을 미친다는 결과는 소비자들이 모바일 기기나 컴퓨터를 통해

비대면 상품 가입을 시도하는 과정에서 기술역량과 금융거래역량의 부족으로 인하여 전문가의 도움 없이 적합한 상품을 선택하고 가입하는데 소외를 경험할 가능성이 있다는 점을 보여주었다. 따라서 금융시장에서 디지털 디바이드(digital divide)로 인한 금융소외가 단순히 기술역량 자체의 문제라기보다는 금융상품에 대한 이해력 또한 주요한 영향을 미치고 있다는 결론을 내릴 수 있다.

본 연구의 결과를 바탕으로 시장의 세 주체에게 제시하고자 하는 제언은 다음과 같다. 소비자들은 예산 세우기, 정기적으로 재무상태 점검하기 등과 같이 평소 금융거래와 관련한 행동을 잘 실천하고 다양한 금융교육을 수강하여 금융이해력 수준을 높이기 위한 다양한 노력을 해야 한다. 정부는 소비자들이 습득할 수 있는 적절한 수준의 정보를 쉽게 제공하고 소비자들의 거래 역량을 증진시키기 용이한 환경을 조성할 필요가 있다. 또한 대출성 상품의 경우 제도권 금융에서 자격조건이 되지 못해 소외를 경험하는 집단에 대해 현재 시행하고 있는 서민금융제도에 대한 적극적인 홍보와 제도적 보완이 이루어진다면 특정 상품에서의 소외 문제를 해결하는데 일조할 수 있을 것이다. 마지막으로 금융회사는 상품특성과 거래채널에 따라 금융소외가 상이하게 나타나는 점을 고려할 때, 금융상품을 개발하고 판매할 때 타겟이 되는 집단을 선별적으로 고려할 필요가 있다. 또한 비대면 거래에서 금융소외가 채널뿐만 아니라 금융상품의 특성으로부터 영향을 받는다는 결과는 금융회사가 비대면 거래 이용 시 각종 혜택에 대한 강조를 통한 판매에만 집중하기 보다는 제한된 화면 안에서 소비자들이 스스로 정보를 찾고 상품을 선택할 수 있는 소비자 중심적인 인터페이스를 제공할 것을 제안한다.

**주요어 :** 금융소외, 금융포용, 금융상품, 거래채널

**학 번 :** 2016-26632



# 목 차

제 1 장 서론 .....	1
제 1 절 문제제기 .....	1
제 2 절 연구의 목적 및 의의 .....	5
제 2 장 이론적 배경 .....	7
제 1 절 금융소외(financial exclusion) 개념 .....	7
1. 사회적 배제와 소외 .....	7
2. 금융소외 관련 선행연구 .....	12
3. 금융소외 측정 .....	17
제 2 절 금융소외 영향요인 .....	20
1. 금융소비자의 특성 .....	20
2. 거래 환경 .....	23
3. 기술사용 측면 .....	24
제 3 장 연구문제 및 연구방법 .....	26
제 1 절 연구문제 .....	26
1. 연구문제 .....	26
2. 연구모형 .....	27
3. 금융소외의 정의 및 범주 .....	27
제 2 절 연구방법 .....	28
1. 조사대상 및 자료 수집 방법 .....	28
2. 변수의 정의 및 측정도구 .....	29
3. 분석방법 .....	38
제 3 절 조사대상자의 일반적 특성 .....	39

제 4 장 연구결과 .....	41
제 1 절 금융소외의 양상과 경험자의 특성 .....	41
1. 금융소외의 양상 .....	41
2. 금융소비자의 특성에 따른 금융소외 .....	50
제 2 절 금융소외의 영향요인 .....	60
제 5 장 결론 및 제언 .....	72
참고문헌 .....	78
설문지 .....	86
Abstract .....	98

## 표 목 차

<표 3-1> 설문 문항의 구성 .....	30
<표 3-2> 금융소외의 원인 측정 문항 .....	32
<표 3-3> 주관적 금융거래역량 측정 문항 .....	33
<표 3-4> 금융행동 측정 문항 .....	34
<표 3-5> 금융태도 측정 문항 .....	35
<표 3-6> 금융지식 측정 문항 .....	36
<표 3-7> 인터넷 사용역량 측정 문항 .....	37
<표 3-8> 모바일 기기 사용역량 측정 문항 .....	37
<표 3-9> 조사대상자의 일반적 특성 .....	40
<표 4-1> 금융상품 특성별 금융소외 현황 .....	42
<표 4-2> 금융소외 상품의 수 .....	43
<표 4-3> 금융상품 특성에 따른 금융소외 이유 .....	45
<표 4-4> 거래채널별 금융소외 현황 .....	46
<표 4-5> 거래채널 수와 조합에 따른 금융소외 .....	48
<표 4-6> 거래채널에 따른 금융소외 이유 .....	49
<표 4-7> 금융소외 여부에 따른 인구통계학적 및 재무적 특성 .....	51
<표 4-8> 금융소외 여부에 따른 응답자의 금융거래 특성 .....	52
<표 4-9> 금융상품 특성별 응답자의 인구통계학적 및 재무적 특성 ..	54
<표 4-10> 금융상품 특성별 응답자의 금융거래 특성 .....	56
<표 4-11> 거래채널별 응답자의 인구통계학적 및 재무적 특성 .....	58
<표 4-12> 거래채널별 응답자의 금융거래 특성 .....	59
<표 4-13> 금융소외의 영향요인 .....	61
<표 4-14> 금융상품 특성별 금융소외의 영향요인 .....	65
<표 4-15> 거래채널별 금융소외의 영향요인 .....	70

## 그 립 목 차

<그림 3-1> 연구모형 .....	27
---------------------	----

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 문제제기

글로벌 금융위기를 기점으로 경제 및 사회 불평등이 심화되면서 전 세계적으로 지속가능한 금융환경을 조성하려는 움직임이 일어나고 있다. 이는 여러 국가와 국제기구 차원에서 금융시장 내 참여를 배제당하는 소비자들이 금융활동을 할 수 있도록 하는 금융포용(Financial Inclusion)<sup>1)</sup>에 대한 활동으로 엮볼 수 있다. 2010년 G20 정상회의에서는 금융포용을 주요 개발 의제로 채택하였고(연합뉴스, 2017.08.08.), 세계은행, UN, 유럽연합 등의 국제기구 역시 금융소외를 해소하고 금융포용을 달성하기 위한 방안을 다각도로 모색하고 있다(노형식·이순호, 2014). 국내에서는 금융위원회가 2018년의 정책방향을 생산적 금융, 포용적 금융, 신뢰받는 금융으로 정하고 관련 사업을 다각도로 진행하고 있다. 그 중에서도 포용적 금융은 시장의 세 주체 중 소비자를 위한 정책적 방안을 마련한 것으로 소득주도 성장을 이루기 위해 여러 가지 금융과 관련한 정책적 및 교육적 혁신을 추진하고 있다(금융위원회, 2017).

금융포용이라는 목표를 궁극적으로 달성하기 위해서는 먼저 금융소외(Financial Exclusion)에 대한 이해가 선행되어야 한다. 금융소외는 금융포용의 보완개념으로서 소비자가 자신의 필요에 맞는 금융상품과 서비스를 적절한 방법으로 이용하지 못하여 금융시장에서 니즈를 충족시키지 못하는 과정을 의미한다. 금융상품과 거래 구조가 비교적 단순했던 과거의 금융시장에서는 높은 거래비용, 접근 제한, 낮은 소득 등과 같이 금융소외의 발생 원인이 한정적이었다. 하지만 과거 수년간 금융시장은 양적

---

1) GPF(2016)에 따르면 금융포용은 경제활동이 가능한 모든 주체가 신용, 저축, 지급결제, 보험 그리고 투자 영역 등 금융기관이 제공하는 금융 상품 및 서비스에 효과적으로 접근할 수 있는 상태를 의미한다.

성장을 중심으로 꾸준히 발전해 왔으며, 소비자들이 필요로 하는 금융상품과 서비스 또한 다양해지면서 금융거래의 과정은 점차 복잡해지게 되었다. 이에 따라 금융시장의 변화에 적절히 대응하지 못한 소비자들이 경험하게 되는 금융소외 역시 다각화되었다고 할 수 있다. 일례로 금융소외 문제에 대한 논의가 비교적 이른 시기부터 이루어져 온 영국에서는 청년층, 고령층, 장애인, 저소득층이 금융소외를 경험할 확률이 상대적으로 높은 집단인 것으로 도출되었다. 각 집단이 금융소외를 경험하는 세부적인 이유와 상품은 소외 대상에 따라 상이하다. 청년층의 경우 금융시장 진입에 관한 심리적 불안감과 예적금 상품 미가입 등의 금융소외를 주로 겪는 반면, 장애인은 거래 환경에서 인프라 부족과 대출 제약, 고령층의 경우에는 전자채널 도입으로 인한 부적응과 보험상품 이용의 제약 등의 금융소외를 경험하는 것으로 나타났다(FCA, 2017).

이러한 현상을 좀 더 체계적으로 다루기 위해서 금융시장에서 발생하는 금융소외를 개괄적으로 금융상품의 고유한 특성과 거래채널을 통한 접근의 측면으로 구분하여 생각해볼 수 있다. 먼저, 금융소비자들은 그들이 필요에 맞는 금융상품을 이용하기 위해 정보를 탐색하고 가입해야 한다. 그러나 금융상품이 다양해지고 복잡해지면서 소비자들은 각 금융상품 별로 필요한 정보를 선택적으로 이해할 필요가 있게 되었다. 양덕순(2016)은 금융상품별 소비자들이 요구하는 정보를 분류하였는데, 은행권 저축상품의 경우 상품수익성, 예금보호여부, 만기 후 조건 등을 고려하였고, 보장성 보험의 경우 보험금, 특약, 계약조건 등을 고려하는 것으로 나타나 상품별로 소비자들이 얻고자하는 정보의 종류가 상이하다고 할 수 있다. 그러나 우리나라 금융이해력 수준이 평균 10점 만점에 6점인 결과를 감안할 때(금융감독원, 2016), 소비자들이 각기 다른 금융정보를 사전에 모두 인지하고 이를 적재적소에 적용하여 탐색한 정보를 소화한다고 보기는 현실적으로 어렵다.

한편, 금융소비자들은 과거에 금융거래 과정에서 피해를 입었거나 복잡한 상품의 구조로 인하여 시장에 진입하는데 심리적인 두려움이 있다면 금융상품을 이용하는데 있어서 금융이해력 이외의 문제로 인해서도

금융소외를 경험한다고 볼 수 있다. 그러므로 금융회사가 상품에 대해 제공하는 정보와 서비스, 이를 수용하는 소비자의 역량과 개인적인 특성과 환경 등 금융상품을 이용하는 과정에서 개입하는 다양한 요인을 고려하여 금융소외의 해소 방안을 마련할 필요가 있다.

한편, 금융상품과 서비스에 접근하는 과정에서 소비자들은 금융소외를 경험할 수도 있다. 이러한 접근 측면은 과거에는 한 지역 안에서 은행이 점포를 폐쇄하면서 발생하는 물리적 접근이 주를 이루었다면, 금융시장에서 점차 컴퓨터와 모바일 기술의 발달로 인해 기술 이용을 하지 못하여 상대적으로 상품과 서비스 이용에 제약을 받는 전자 채널 접근에 대한 소외 문제 역시 대두되었다. 특히, 비대면 거래는 지점 방문 없이도 편리하게 금융거래를 할 수 있다는 장점을 제공해 주지만, 소비자가 스스로 금융 상품에 대한 정보를 습득할 수 있는 역량을 갖추어야 하고 금융거래가 가능한 기기를 보유 및 이용할 수 있어야 한다는 점에서 소비자들은 금융거래역량 이외에 기술사용역량과 같은 부차적인 능력까지 요구받는다고 할 수 있다. 이에 따라 일부 소비자들은 새로운 채널 이용 혹은 기업의 일방적인 점포 폐쇄로 인한 접근 상의 금융소외를 경험할 수 있으므로, 거래채널에 따른 금융시장에서의 소외 문제 역시 새로이 다뤄야 할 사안이라고 할 수 있다.

이처럼 금융소외는 소비자의 개별적 환경, 금융상품의 특성, 거래방식의 고유한 특성에 따라 다양한 형태로 발생한다는 것을 알 수 있다. 그러나 아직까지 국내에서는 저신용 및 저소득층이 금융상품과 서비스를 이용하지 못하는 현상에 국한하여 금융소외의 개념을 적용하는 연구들이 이루어지고 있는 실정이다(KB금융지주경영연구소, 2013). 특히, 2004년부터 정부 차원에서 ‘신용불량자’의 부정적인 어감을 대체하기 위한 용어로 금융소외가 사용되면서 대출시장에 한정된 협의의 금융소외 개념이 논의되기 시작하였다(김태완 외, 2009). 이와 함께 우리나라에서 가계부채 문제가 심각한 사회문제로 대두되면서 이들을 구제하기 위한 정책적 대안 및 학계의 연구들에서 분석대상을 지칭하기 위한 개념적인 용어로 개념 자체에 대한 뚜렷한 고찰 없이 용어가 피상적으로 이용되고 있는 실정이

다. 한편, 위에서도 제시하였듯이 2000년대 이후 인터넷 및 모바일 기기와 금융서비스의 접목으로 전자금융 시대가 도래하면서 대면거래가 대부분을 차지했던 금융시장의 거래방식이 점차 비대면 거래 위주로 변화하고 있다.

따라서 현 시점에서 대출시장을 포함한 전 권역에서 일관된 기준으로 소비자들이 어떤 상품에서 어떠한 접근 방식에 따라 금융소외를 경험하는지, 그리고 이에 대한 원인은 상품과 채널의 특성에 따라 어떻게 나타나는지 포괄적으로 살펴보는 연구가 필요하다. 이러한 연구의 필요성을 바탕으로 본 연구에서는 우리나라 금융시장에서 발생하는 금융소외의 여러 가지 양상을 살펴보고 해당 소외에 대한 원인을 금융상품의 특성과 채널별로 구분하여 살펴보고자 한다.

## 제 2 절 연구의 목적 및 의의

본 연구에서는 상기한 바와 같이 기존의 금융소외 개념이 일부 시장과 대상에 한정되어 있는데 주목하여, 우리나라 금융시장에서 소비자들이 경험하는 금융소외를 보다 다양한 측면에서 살펴보는 작업이 필요하다고 판단하였다. 저금리 기조는 소비자들이 과거처럼 단순히 예·적금 상품에 의존하여 자산을 관리하는 것을 불가능하게 만들었고, 고령화와 평균수명의 연장으로 인하여 장수 리스크에 대한 재무적 준비가 중요해지게 되었다. 이에 따라 소비자들은 한정된 자원으로 장기적인 관점을 가지고 금융시장에서 적극적으로 금융상품과 서비스를 이용할 수밖에 없다. 그러나 금융시장은 과거에 비해 점점 더 빠른 속도로 복잡해지는데 반해 소비자들의 금융거래 역량은 충분히 높지 않고, 금융회사와 금융소비자간 거래 지위 상의 불균형으로 인해 소비자들은 금융상품을 이용하는 과정에서 다양한 장벽을 경험하게 되었다.

본 연구에서는 이러한 문제를 해결하기 위하여 기존의 한정적인 금융소외의 개념에서 벗어나 금융소외를 우리나라 금융시장의 대부분의 상품을 포괄하여 고찰하고자 한다. 금융포용이 국내외적으로 이슈가 되어 다양한 연구와 해결책이 쏟아져 나오는 추세이지만 대부분의 연구들이 해결책을 마련하는데 치중할 뿐 근원적으로 금융소외를 경험하는 소비자들이 누구이고 어떤 금융상품을 이용하고 접근하는데 어려움을 겪는지 살펴보는 연구는 미비한 편이다. 따라서 금융상품과 거래채널에 따라 금융소외의 현황을 살펴보고 각 집단에서 금융소외를 경험하는 소비자들의 특성을 밝히고자 한다. 또한 소비자들이 금융시장에 참여하는 과정에서 경험하는 소외를 우리나라 금융시장의 특성을 반영하여 개인 심리적 차원, 금융상품의 특성, 거래환경 측면에서 상품 특성별로 금융소외의 원인을 규명할 것이다.

본 연구는 그동안 정책 수혜의 대상에서 제외되었던 소비자까지 아우를 수 있는 대안을 마련하는데 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 한



다. 이를 통해 각 금융업권의 회사들이 소비자중심적인 금융상품을 제공하는데 있어서 보다 실질적인 기여를 하고자 한다. 소비자들의 입장에서 스스로 금융시장에서 주체로서 어떠한 장벽을 경험하는지 인지하고 이를 극복하고자 할 때 본 연구가 참고할 수 있는 자료로 사용될 수 있다는 점에서 본 연구의 의의가 있다.

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 금융소외(financial exclusion) 개념

금융소외의 개념은 각 국가와 사회의 금융시장 특성에 맞게 변화하여 왔다. 본 절에서는 금융소외를 포괄하는 개념인 사회적 소외 및 사회적 배제에 대해 알아보고, 국내외에서 상이하게 적용되는 금융소외의 정의를 다각도로 살펴봄으로써, 본 연구에 적합한 금융소외의 개념을 도출하고자 한다.

#### 1. 사회적 배제와 소외

금융소외와 사회적 소외는 밀접한 관련이 있다. 가장 단적으로 예금계좌를 보유하지 않은 경우 근로소득을 받을 수 있는 경로가 제한되어 정상적인 소득관리가 어렵게 되고 이는 소비생활 전반에 어려움을 겪는 결과를 초래할 수 있다. 더 나아가 오늘날 사회에서 단순한 지급결제에서부터 여러 투자 상품까지 금융상품과 서비스를 이용하는 것이 실생활에 깊숙하게 자리 잡은 만큼 금융소외의 발생은 단순히 금융시장에서의 한계뿐만 아니라 사회 내에서 불평등을 심화시키는데 부정적인 영향을 미치게 된다. 즉, 금융소외 계층으로 분류되는 사람들은 교육, 주거, 고용 등의 기회마저 박탈당할 가능성이 높아짐에 따라 금융소외 뿐만 아니라 사회적 소외를 경험하게 될 가능성이 있다(노형식·이순호, 2014). 따라서 금융소외가 사회적 소외의 한 차원으로서 논의되는 점을 고려할 때, 금융소외에 대한 개념을 고찰하기에 앞서 사회적 소외, 그리고 소외와 유사개념이라 할 수 있는 사회적 배제에 대해 알아볼 필요가 있다.

## 1) 사회적 배제

먼저, 사회적 소외와 유사한 개념으로 사회적 배제(Social Exclusion)에 대해 살펴보고자 한다. ‘사회적 배제’라는 용어는 1960년대 프랑스에서 공식적으로 처음 사용되었다. 산업사회 이후 빈곤과 양극화 문제가 심화되면서 사회보험제도의 사각지대에 있는 사람들을 지칭하기 위한 사회정책의 대표 용어로 사용되기 시작하였다(오민정·황윤용, 2014). 그러나 이러한 현상은 비단 프랑스에만 국한되지 않았으며 1980년대 이후 유럽의 여러 선진국이 빈곤, 실업, 불평등 문제에 직면하면서 많은 국가에서 보편적으로 쓰이게 되었다(신유리 외, 2013). 각 국가별로 처한 문제와 해결에 대한 초점이 상이하기 때문에 사회적 배제를 하나의 단일 개념으로 이해하기는 쉽지 않다(김미희 외, 2008). 그러나 여러 개념의 고찰을 통해 몇 가지 공통된 특징을 도출해볼 수 있다.

Truner(1986)는 사회적 배제를 특정 집단이나 개인이 사회, 경제 혹은 정치 활동의 과정에서 사회가 제공하는 자원에 접근할 수 없거나 분배가 공정하게 이루어지지 않은 상태로 정의하였다(강신욱 외, 2005). Pierson(2002) 역시 개인 혹은 가족, 이웃과 같은 집단으로부터 경제, 사회, 정치적 참여에 필요한 주요자원을 박탈당하는 과정으로 사회적 배제를 개념화하였다. 앞선 두 연구에서 공통적으로 사회의 자원 혹은 기회로부터 비자발적으로 격리되는 현상을 배제라고 표현하고 있고, 이는 결국 배제가 사회의 주류로부터 개인을 격리시키는 메카니즘이라 할 수 있겠다. 한편, 사회적 배제에 관한 국내의 연구에서도 유사한 개념적 틀을 발견할 수 있다. 사회적 배제는 소득, 건강, 교육, 서비스 등 여러 방면에서 주류집단으로부터 특정 집단이 격리되어 접근을 제한당하는 현상을 의미한다(박병현·최선미, 2001). 우리나라의 사회적 배제를 다차원으로 구분하여 분석한 김안나(2007)는 사회구조 안에서 다양한 기회의 박탈 혹은 집단과의 관계상의 단절로 인하여 정상적인 사회·경제적 활동에 참여하지 못함으로써 인간의 기본적인 권리를 박탈당한 상태로 사회적 배제 개념을 확장하였다.

이상으로 사회적 배제에 대한 국내외의 논의를 종합하면 사회적 배제란 다차원적인 개념으로 자원의 소유 혹은 분배의 기회로부터 결핍이 발생하는 현상을 지칭한다. 또한 사회적 배제는 개인 대 개인뿐만 아니라 개인과 집단 간의 관계 속에서도 발생하며 격리되는 집단과 격리를 시키는 집단으로 주체와 객체가 구분된다는 특징을 가진다(신유리 외, 2013).

## 2) 사회적 소외

앞서 살펴본 것처럼 사회적 배제는 정치적인 측면에서 사회의 한 집단으로부터 격리되는 현상을 의미한다. 반면, 사회적 소외(Social Alienation)는 철학 분야에서 논의되어 온 주제이다. 사회적 배제의 개념 범주가 사회가 처한 상황에 따라 상이하다면, 사회적 소외는 철학자가 추구하는 사상과 시대적 배경에 따라 다른 해석으로 정의되기 때문에 사회적 배제에 비하여 관념적이라 할 수 있다.

대표적으로 헤겔은 ‘정신의 자기 소외’라는 개념으로 소외 개념을 설명하였다. 헤겔에 따르면 ‘정신의 자기 소외’란 자아가 주관적으로 목적을 향해 의지를 수행하는 일련의 과정에서 본인의 의도와는 상관없이 부딪히게 되는 대립적인 현실에서 자아가 탈자하는 현상이다. 마르크스의 경우 자아 개념에 집중하기보다는 인간의 존재의 목적이 ‘노동’을 통해 실현된다는 주장 하에 인간이 상품을 지배하지 못하고 객체의 위치로 놓이게 되고 인간의 권력과 재산으로부터 주도권을 잃어버리게 되는 현상을 ‘노동소외’라 명명하였다(허욱재 · 김난도, 2006).

이후 산업사회가 도래하면서 사회가 점차 대량생산을 위시한 공장화의 과정에서 사람들은 주체적 자아를 박탈당하고 생산성을 위한 부품으로 전락하게 되었다. 효율을 중시하는 사회에서 사람들의 감정은 존중받지 못하게 되었는데 미국의 신프로이트학파의 철학자인 에리히 프롬은 이러한 사회 현상에서 소외 개념에 주목하였다. 프롬은 사람들이 인간의 감성적인 측면이 억압당하는 소외를 경험한다고 주장하면서 사람들은 자신의 심리적인 불안정성을 해소하기 위해 사물에 자아를 투영하는 방식

으로 하나의 소유양식으로 존재하려는 경향이 있다고 하였다. 에리히 프롬의 소외 개념은 기존의 마르크스가 노동을 통해서 주체성을 확보한다는 측면에서 강조했던 노동소외의 개념에서 인간의 감성과 소유양식으로서의 개념으로 소외 개념을 확장했다고 평가할 수 있다(김정화, 1983).

프랑크푸르트학파의 소외 개념에 이르러 소외 개념은 포괄적으로 인간의 생활체계에 적용되기 시작한다. 프랑크푸르트학파가 주장하는 소외의 개념은 ‘도구적 이성으로서의 소외’라고 할 수 있다. 이는 사람들이 문화, 인격, 사회를 포함하는 생활체계 안에서 인간으로서 누려야 할 감성적 및 감정적 합리성이 결여되어 스스로가 도구로 전락하는 것에 대해 무비판적으로 수용하게 되는 현상을 설명한다(허욱재 · 김난도, 2006).

두 개념에 대한 고찰을 바탕으로 사회적 배제와 사회적 소외는 모두 복합적이고 다차원적인 개념이라는 점을 알 수 있다. 그러나 사회적 배제가 특정 자원이 박탈되었거나 주류 집단으로부터 격리된 결과적인 상태를 의미한다면, 사회적 소외는 인간의 내면적인 차원에서 주체가 자신이 속한 환경 속에서 특정한 부정적 상황 속에서 느끼게 되는 감정적 결핍에 집중한다는 점에서 차이가 있다. 두 개념을 연속적으로 생각해 보자면, 결국 사회적 배제의 결과로 발생하는 객관적인 결핍 상태를 경험하는 주체가 느끼게 되는 감정적인 결핍을 사회적 소외라 할 수 있다. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 사회의 여러 차원 중 금융시장에 한하여 단일 차원에서 발생하는 배제 양상과 그로 인한 금융소외의 수준을 측정하기로 한다.

### 3) ‘금융소외’ 용어 채택에 대한 근거

본 연구에서의 핵심 개념인 ‘financial exclusion’은 한국어로 직역 시 ‘금융배제’로 표현되지만, 본 연구에서는 ‘금융소외’라는 용어를 채택하고자 한다. 그 이유는 다음과 같다. 첫째, 용어의 포괄성 측면에서 앞서 제시한 사회적 배제와 소외의 개념을 고려할 때 금융시장에서 하나의 경제

주체인 소비자가 권리 실현을 시도하는 과정에서 장벽을 경험하는 과정을 종합적으로 살펴보기 위해서는 객관적인 상황뿐만 아니라 소비자들이 느끼는 심리적인 측면에도 집중할 필요가 있다고 판단하였다. 따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위해서는 ‘금융배제’보다는 ‘금융소외’가 더 적절할 것이므로 본 연구에서는 ‘financial exclusion’을 ‘금융소외’로 명명하기로 한다.

둘째, 용어의 보편성 측면이다. ‘financial exclusion’ 개념을 차용한 국내의 관련 연구들에서는 연구자에 따라 ‘금융배제’와 ‘금융소외’를 혼용하고 있지만, ‘금융소외’ 용어가 더욱 보편적으로 적용되고 있다. 그러나 대다수의 연구에서는 해당 용어를 사용하는 이유에 대해 명확히 밝히고 있지 않고 단지 금융소외가 더 포괄적인 개념이라고 언급할 뿐이다. 따라서 본 연구에서는 국내 연구 동향의 보편성을 따르되, 기존의 사회적 배제와 소외의 개념 고찰을 통해 근거를 보강하고자 시도하였다.

마지막으로, 본 연구의 ‘financial exclusion’의 측정방식을 고려할 때 ‘금융소외’ 용어를 사용하는 것이 더 적절하다. 국외 연구와 보고서에서 ‘financial exclusion’의 개념이 사용되어도 무방한 이유는 다수의 관련 연구들이 금융시장에서 객관적인 상황을 진단하기 위한 연구들이 이루어져왔기 때문이다. 예를 들어, 기존 선행연구에서는 금융상품의 가입률 혹은 현금인출기의 개수와 같이 거시적인 차원에서 사회 전체의 ‘financial exclusion’ 수준을 파악하는 연구들이므로 객관적인 결핍 상태를 의미하는 ‘exclusion’ 용어를 사용해도 무방하다. 그러나 본 연구에서는 결과적인 상황에 대한 결핍에만 집중하기보다 미시적인 차원에서 소비자들이 경험하는 금융소외의 원인을 파악하기 위해 거래 환경, 재무 상태와 같이 객관적인 요인과 함께 개인심리적인 차원까지 포함하므로 ‘금융배제’보다는 ‘금융소외’ 용어를 적용하는 것이 더 적절하다고 판단된다.

## 2. 금융소외 관련 선행연구

현대사회에서 다양한 가계의 형태와 삶의 방식이 출현하면서 금융상품에 대한 소비자들의 니즈 역시 다각화되었다. 이에 따라 금융회사는 더 이상 “one-size-fits-all”이라는 기준의 금융상품으로 모든 소비자들의 필요를 충족시키는데 한계를 절감하게 되었고, 다양한 소비자의 집단에 게 맞는 상품과 서비스를 구상할 필요가 있게 되었다. 한편, 금융상품과 서비스의 종류가 다양해지고 채널 역시 다양해지면서 소비자들은 적절한 상품과 서비스를 선택할 수 있는 역량을 요구받는다. 그러나 금융시장의 발전 속도에 소비자들은 빠르게 적응하지 못하였으며, 금융회사와 소비자 간 비교우위로 인한 여러 문제가 발생하면서 금융소비자 보호와 역량 제고에 대한 중요성이 제기되었다. 선진 7개국과 신흥시장 12개국 등 세계 주요 20개국을 회원으로 하는 국제기구인 G20은 2010년 ‘금융포용을 위한 글로벌 파트너십(Global Partnership for Financial Inclusion)’을 발족하였다. 또한 ‘G20 혁신적 금융포용 9개 원칙’을 리더십(leadership), 다양성(diversity), 혁신(innovation), 보호(protection), 역량강화(empowerment), 협력(cooperation), 지식(knowledge), 비례성(proportionality), 규제 체계/framework)로 구성하고 해당 원칙을 통해 금융소비자 보호를 실현하기 위한 제도를 제안하였다(Global Partnership for Financial Inclusion, 2017). 그 중에서도 금융소비자보호와 금융이해력 영역을 통한 소비자들의 거래 능력 배양이 금융포용의 중요한 원칙으로 지목된다.

정부, 금융회사, 국제기구의 금융포용을 달성하기 위한 노력은 각 사회에서 금융소외가 완전히 해소될 때 그 목적을 달성했다고 할 수 있다. 즉, 금융소외는 금융포용의 보완 개념으로서 금융상품과 서비스의 거래 과정에서 정상적인 방법으로 필요를 충족시킬 수 없어 금융포용의 대상이 될 필요가 있는 상태를 의미한다(노형식·이순호, 2014). 사회 내에서 금융포용을 달성하게 되면 사회 구성원이 빈곤에서 벗어나는 것이 가능할 뿐만 아니라, 사회 전체적으로도 복지비용 절감 등의 긍정적인 효과

를 기대할 수 있다. 이를 위해 금융소외자들이 저축, 보험 등을 효과적으로 이용하여 미래의 불확실성에 대응할 수 있도록 각종 제도를 마련하고 그들의 역량을 배가할 수 있는 노력이 필요하다 할 수 있겠다. 그러나 아직까지 우리나라 금융시장에서의 금융소외 수준을 실증적으로 검토한 연구는 미비한 실정이며, 개념 자체도 연구자에 따라 상이한 측면이 있어 금융소외에 관한 탐색적인 고찰이 필요하다. 그러므로 우리 사회에서 금융소외를 경험하는 집단을 판별하는 기초작업이 이루어져야 할 필요가 있다. 다음에서는 이러한 연구의 첫 단계로서 금융소외의 개념과 기준을 도출하기 위하여 기존 연구들에서 정의한 금융소외의 개념과 측정방식에 대하여 살펴보기로 한다.

#### 1) 국외

금융소외의 개념은 글로벌 금융위기 이후 본격적으로 부각되기 시작하였으나, 1980년대부터 신자유주의와 금융 자유화의 확산으로 금융기관이 수익성 중심의 영업을 추구하게 되면서 꾸준히 제기되어 왔다. 미국에서 지역 간 불균형을 해소하기 위해 ‘지역재투자법(Community Reinvestment Act : CRA)’를 제정한 1977년에 공식적으로 처음 언급되었다(배준석, 2013). 또한 영국에서 1993년 은행의 지점폐쇄로 인해 소비자들이 은행 서비스에 물리적인 제한을 받게 되는 현상을 설명하기 위한 개념으로 학계에서는 지리학 분야에서 처음 제시되었다(Leyshon & Thrift, 1995).

이후 금융시장이 팽창하면서 금융거래의 과정에서의 어려움 역시 금융소외로 포함시키자는 주장이 받아들여지게 되었다. 호주은행은 금융소외를 개인들이 적절하고 적당한 수준의 금융 상품과 서비스를 접근하기 어려운 상태로 일상적인 금융거래가 불가하고 소비자신용을 이용할 수 없으며, 핵심 자산을 제대로 보호받을 수 없는 상태로 보았다(National Australia Bank, 2011). 한편, 영국의 금융행위감독청의 전신인 금융감독청(FSA)는 금융소외를 주요 금융 서비스에 접근하는데 무능력, 어려움,



심리적 거부감 등을 겪으면서 적절한 개입 부재 시 사회 전체의 소외, 가난, 불평등을 야기할 수 있는 현상으로 보았다(FSA, 2000). 세계은행은 금융서비스 이용에 가격 및 비가격 장벽이 없는 상태인 금융포용을 달성하기 위하여 금융포용지수를 2011년부터 3년마다 발표하며 초국가 차원에서 금융소외를 해소하기 위한 노력을 하고 있다.

앞선 연구들에서는 금융소외의 개념을 금융상품에 대한 이용 상의 제한에 집중하였다면 거래 방식의 다각화로 인해 점차 물리적 소외를 포함하여 접근까지도 소외의 범주에 포괄적으로 포함해야 하 한다는 움직임이 일어나게 되었다(FCA, 2017). Devlin(2005)은 금융소외란 잠재적 소비자의 일부가 주요 금융서비스에 적절한 형태로 접근이 어려우며, 결과적으로 이용을 할 수 없는 상황으로 단순히 은행계좌가 없는 것을 포함하여, 지역적 접근성, 금융 거래 과정상의 소외까지도 포괄적으로 포함해야 한다고 제안하였다. 유럽연합집행위원회는 금융소외를 사람들의 욕구에 적절히 대응하고 사회에서 정상적인 생활을 영위할 수 있도록 해주는 주류시장의 금융서비스와 금융상품에의 접근과 그 사용에 사람들이 어려움을 겪는 과정으로 정의하였다(European Commission, 2008). 한편, Financial Inclusion Centre(2009)은 금융소외의 범주에는 개인 혹은 기업이 필요에 맞는 금융 상품과 서비스에 접근할 수 없는 상태라 정의하였다. 그러나 접근 자체 뿐만 아니라 상품과 서비스를 이용하는데 드는 비용의 적절성까지도 포함할 필요가 있다고 역설하였다.

현재까지 금융포용을 통한 금융소외 문제의 해결에 대한 논의에 있어 금융소외의 개념은 주로 개발도상국 및 선진국을 중심으로 꾸준히 이루어지고 있으며, 협의의 개념보다는 수요, 공급, 거시경제 측면으로 이루어진 다차원의 개념으로 간주된다는 점을 선행연구를 통해 도출해낼 수 있었다.

## 2) 국내

국내에서 적용되는 금융소외는 대부분 소득수준이 낮은 사람들이 제도권 금융시장에서 필요한 만큼의 돈을 빌릴 수 없는 대출시장에서의 소외 현상에 초점을 맞추고 있다(김태완 외, 2009). 특히, 부채 과다와 같은 특정 금융시장에 대한 문제를 다루기 위해 해당하는 대상을 지칭하기 위해 ‘금융소외자’ 혹은 ‘금융소외계층’으로 지칭되는 경우가 많다(정찬우, 2007; 강신욱 외, 2008; 한동익·최현자, 2012; 배준식·김범식, 2013; 양준호·윤호중, 2013; 이재봉, 2014; 강지원, 2015; 김민정 외, 2017). 김태완 외(2009)는 금융소외계층을 금융채무불이행으로 인하여 금융기관에서 대출이 어렵거나 가능하더라도 높은 이자를 감수하는 가계로 정의하며 2007년 차상위 계층 실태조사에서 기준으로하는 차상위계층 혹은 신용불량자를 대상으로 연구를 진행하였다. 한동익·최현자(2012)의 연구와 김민정 외(2017)에서는 대출 상품이나 서비스와 관련하여 금융소외자를 정의하였는데, 이들은 주로 제도금융권에서 대출할 수 있는지 혹은 대출이 가능함에도 불구하고 차등이 존재하여 금융소비자가 이용하고자 하는 만큼의 서비스를 이용하는데 제약이 존재하는 대상을 의미한다. 양준호·윤호중(2013)의 연구에서도 금융소외자는 제도권 금융기관에서 접근성 약화와 과도한 금융거래비용을 지불하게 되는 저소득층과 신용등급이 7등급 이하인 저신용등급자에 한정지어 금융소외 문제를 다루었다. 강신욱 외(2008)은 저소득층을 소득수준 5분위 이하로 명확하게 구분하고 신용등급이 7등급 이하이기 때문에 대출을 받지 못하는 사람들을 금융소외자로 지칭함으로써 앞선 연구에 비하여 금융소외를 보다 협의로 정의하였다.

한편, 금융소비자보호를 위한 대안 마련에 있어 취약소비자를 지칭하는 개념으로 부분적으로 다루는 연구들(김태완 외, 2009; 이종석, 2012; 박종립, 2013; 윤호중, 2013; 강지원, 2015; 구정한 외, 2016)로 다소 협의의 관점에서 연구가 수행되어 왔음을 알 수 있다. 강지원(2015)은 금융소외계층을 저소득 및 저신용자로 한정하고 정책 차원에서 재정융자사업

의 타당성을 논하였다. 윤호중(2013) 역시 저소득층 혹은 저신용등급자가 사회에서 소외된 계층이라고 보고 이들을 포용할 수 있는 금융 정책에 대해 고찰하였다.

앞서 제시된 연구들에 비해 금융소외를 포괄적으로 정의하는 연구들은 대부분 기존에 진행된 국외 논문 및 연구 보고서에서 정의를 차용해왔다. 김문길(2010)과 박선영(2017)은 유럽집행위원회에서 2008년 제안된 금융소외의 개념을 따르고 있다. 유럽연합집행위원회(2008)는 금융소외를 ‘사람들이 사회에서 자신의 필요를 충족시키고 정상적인 사회생활을 영위할 수 있도록 하는 금융상품과 서비스를 시장에서 접근하고 이용하는데 어려움을 겪는 과정’으로 포괄적으로 정의하였다. 조복현(2007)은 이러한 정의를 기반으로 금융소외를 제도 금융권에서 예금 계정 설정이나 대출서비스 등과 같은 기본적인 금융서비스에 대한 접근이 허용되지 않는 상태와 제도 금융권에 접근은 허용되나 서비스의 종류나 수량, 비용 등에서 불리한 차별을 받는 것으로 정의하였다. 송호준·천성용(2017)은 Zburkett & Sheehan(2009)에서 제시한 개념에 따라 금융소외를 ‘개인이나 집단 혹은 조직이 감당할 수 있는, 적절한, 그리고 공정한 금융상품이나 금융서비스에 대한 접근이 부족하거나, 혹은 거부되어, 사회적, 경제적인 활동 참여 능력이 떨어지고 금융적 어려움이 증가하여 빈곤이 악화되어가는 과정’으로 정의하였다.

### 3) ‘금융소외’의 조작적 정의

금융포용 및 금융소외에 관한 국내와 해외의 문헌을 고찰한 결과, 금융소외의 발생은 접근의 부족에서 기인한다는 점을 공통의 결론으로 내릴 수 있었다. 그러나 초기의 연구들은 그 접근성의 근원을 단순한 금융회사가 금융상품을 제공하는 지점에서 소비자들이 수동적으로 소외당하는 물리적 접근성으로 한정지었다면, 현재 논의되고 있는 확장된 개념들은 기존의 자원의 부족 혹은 물리적 접근에서 더 나아가 점차 금융상품에 대한 심리적, 지식적, 환경적 접근의 어려움으로 인한 소외까지도 고

려하는 추세이다. 따라서 본 연구에서는 상품의 특성과 거래 방식에 따라 금융소외가 상이하게 나타날 수 있다는 점을 반영하여 금융소외를 European Commission(2008)의 정의를 참고하여 ‘소비자가 금융시장에서 필요로 하는 금융상품과 서비스에 접근하지 못하고 가입이 좌절되어 금융거래 상의 니즈를 충족시킬 수 없는 문제가 발생하는 과정’으로 포괄적으로 정의하고자 한다.

### 3. 금융소외 측정

기존의 연구들은 대체로 금융소외를 금융상품을 보유하였는지 여부를 통해 측정하였다. 연구에 따라 구체적인 하위 상품은 다르지만 대체로 금융상품의 범주는 입출금 계좌, 보험, 신용을 포괄적으로 다루었다(FSA, 2000; Sinclair, 2001; Devlin, 2005, 2009; NAB, 2011; Bayot, 2013, FCA, 2015)

Bayot(2013)은 저축, 리볼빙을 이용할 수 있는 계좌를 보유하지 않은 사람들의 비율을 금융소외의 기준으로 보았다. 그러나 이러한 측정방식은 개개인의 금융소외 양상보다는 사회 전체의 금융소외 수준을 비교하기 위한 목적으로 측정되었다. 유럽연합 회원국 중 11개 국가를 대상으로 금융소외자의 비율을 조사한 결과, 스페인과 네덜란드, 노르웨이 인구의 10% 이하가 계좌를 가지고 있지 않은 것으로 나타나 금융소외 수준이 가장 낮은 반면, 폴란드와 리투아니아는 약 40%를 기록하여 금융소외 수준이 가장 심각하였다.

미시적인 관점에서 금융소외를 측정하는 연구에서는 영국 전역에서 실시되는 가계관련 조사 중에서 해당 사회의 금융소외를 측정하는 문항과 결과를 제시하였다(Sinclair, 2001). 해당 연구에서 The New Policy Institute(NPI)는 매년 영국의 사회적 소외와 빈곤 문제에 대한 설문 실시하는데, 해당 설문에서 ‘은행계좌, 화재보험’을 보유하고 있지 않은 가계의 비율‘과 ’지난 12개월 동안 담보 대출을 연체한 적이 있는 가계의

비율'을 금융소외 측정문항으로 선정하였다. 1999년에 실시한 설문에서는 세 가구 당 한 가구는 화재보험에 가입하지 않았고, 네 가구 당 한 가구는 저축 계좌를 보유하지 않은 것으로 나타났다. 스코틀랜드 지방에서 연 단위로 실시되는 Scottish Household Survey에서는 '근로자 중 국민연금 이외의 연금 상품을 보유하고 있지 않은 가계의 비율 증가분'과 '어린이, 근로자, 노인이 포함된 각 저소득 가계의 감소 비율'을 금융소외 측정문항으로 보았다. 그러나 해당 연구에서 역시 일련의 문항들은 다양한 금융상품을 다루는데 한계가 있으며 금융소외의 규모를 정확히 측정하기에는 다소 문항이 부족하다고 지적하였다.

한편, 단순히 금융상품의 보유 여부만을 측정하지 않고 소득 대비 금융상품을 유지하는 비용을 고려하여 금융소외를 측정한 연구도 있다. National Australia Bank(2011)에서는 호주의 금융시장에서 발생하는 금융소외 수준을 측정하기 위하여 금융상품 이용 상의 소외와 비용 소외로 구분하여 조사를 진행하였다. 금융상품 이용 상의 소외는 일상적인 거래 및 지불 능력, 신용카드 소유 여부, 보험 가입 여부로 구분하여 살펴보았다. 18세 이상의 호주 국민을 대상으로 진행한 이 조사에서는 가입한 금융상품의 가짓수에 따라 금융소외 정도의 차이가 결정된다. 만약 3개의 상품을 모두 이용하지 않을 경우 fully excluded, 2개의 상품을 이용하지 않을 경우 severely excluded, 1개의 상품을 이용하지 않을 경우 marginally excluded, 모두 이용하는 경우 included로 구분된다. 해당 기준으로 금융소외의 수준을 측정한 결과 응답자의 약 56.6%가 금융소외 경험자에 해당하였는데, fully excluded 집단은 0.8%, severely excluded 집단은 14.8%, marginally excluded 집단이 41%로 한 개 상품에서 금융소외를 경험하는 비중이 가장 높았다. 비용 소외 역시 정도에 따라 fully excluded, severely excluded, marginally excluded, included로 구분하는데, 각각의 범위는 거래 계좌, 신용카드 그리고 보험을 유지하는 연간 비용이 연평균 수입에서 차지하는 비중의 15% 이상, 10-15%, 5-10%으로 정하였다. 앞서 상품으로 분류한 설문과 동일한 응답자에 대해 비용 상의 금융소외를 측정한 결과 fully excluded 집단은 10.7%, severely

excluded 집단은 8.7%, marginally excluded 집단은 23.4%로 나타났다.

Devlin(2005, 2009)은 더 나아가 사람들이 금융상품을 보유하지 않는 이유 중 자발적 소외를 제외하여 금융소외를 측정하였다. 해당 연구에서는 은행의 입출금 계좌, 저축계좌, 보험, 연금의 상품 소유 여부에 따라 소외 수준을 측정하였다. 해당 금융상품을 선정한 이유에 대해 입출금 계좌는 가장 기본적인 금융서비스로 다른 서비스를 이용하기 위해 필수적이고, 저축은 비상상황에 대한 심리적이고 재무적인 안정을 제공할 수 있다는 근거가 제시되었다. 또한 보험은 위험관리, 연금은 은퇴소득의 측면에서 소비자들이 기본적으로 보유해야 할 금융서비스이기 때문에 금융소외를 측정하는 기준으로 선정되었다. Devlin(2009)의 연구는 과거의 연구들이 자발적인 소외에 해당하는 사례를 포함시켰다는데 주목하여 설문 진행 시 비자발적인 금융상품 미보유만을 금융소외로 간주하고 측정하였다는 점에서 기존의 금융소외 관련 연구들의 한계를 보완했다고 할 수 있다. 이는 국제연합이 금융포용에 대한 보고서에서도 언급한 것처럼 금융시장은 모든 개인 및 기업에게 금융부문이 제공 가능한 상품에 대한 접근을 가능하게 해야 하며 모든 사람이 금융서비스를 이용할 의무는 없으나, 가격을 감당할 수 있는 이가 원한다면 선택적으로 이용할 수 있어야 한다고 주장한 부분과 궤를 같이 한다(United Nations, 2006).

마지막으로, FCA(2015)는 50명의 일반 소비자, 28명의 금융 관련 전문가와 심층면접을 진행하고, 여섯번의 집단심층면접(FGI)을 통해 은행 계좌, 신용 기록, 담보대출, 보험에 대한 금융소외의 양상을 조사하였다. 해당 연구가 다른 연구들과 차별화되는 점은 금융상품과 서비스를 가입하고 이용하는 과정에서 발생하는 금융소외 뿐만 아니라 물리적 접근, 디지털 금융상에서 나타나는 금융소외까지 포괄적으로 다루고자 했다는 점이다.

## 제 2 절 금융소외 영향요인

선행연구에 따르면 금융소외의 발생은 단적인 원인에 의해 발생하지 않는다. 이를테면 접근 방식이나 거래 비용과 같은 공급자 차원, 심리적 장벽, 금융 지식의 부족 등과 같은 수요자 차원, 더 나아가 시장 정책 혹은 거시적인 환경 변화의 차원처럼 복잡다단한 요인들이 시장에서의 금융소외를 발생시키는데 영향을 미친다(Sinclair, 2001). 따라서 본 절에서는 국내외의 선행연구에서 밝힌 금융소외가 발생하는 선행요인을 금융소비자의 특성, 거래 환경, 기술사용 측면으로 구분하여 살펴보고자 한다.

### 1. 금융소비자의 특성

금융소외와 관련한 일련의 보고서에서는 금융소외를 야기하는 주된 원인은 금융소외를 경험하는 주체의 특성에서 비롯될 확률이 높다고 제시한다.

Hogarth & O'Donnell(1997)은 성별, 순자산, 연령, 거주주택의 규모가 소비자들이 은행계좌를 소유하는데 영향을 미친다고 하였다. 또한 은행계좌 소유 여부는 금융 활동에 가장 기본적인 조건이기 때문에 소비자들이 다른 금융상품을 가입하거나 이용하는데 필요한 조건이라 언급하였다. 세계은행은 3년마다 주요 국가들의 금융포용지수(Global Findex)를 발표한다. 2011년 기준 우리나라에서는 여성인 경우, 소득 수준과 연령이 낮은 경우, 지방에 거주하는 경우 금융소외를 경험할 확률이 높았다(노형식·이순호, 2014).

영국재정청이 조사한 영국에서의 금융소외 수준을 측정한 결과에 따르면 예적금 상품에서 여성인 경우, 연령이 낮은 경우 금융소외를 경험할 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 그러나 이는 대개 두 집단 모두 사회 내 저소득층에서 많은 비중을 차지하기 때문에 인구통계학적 특성

과 소득 수준의 영향을 독립적으로 생각할 수 없다고 밝혔다(Financial Service Authority, 2000).

Gross, Hogarth & Schmeiser(2012)에 따르면 미국 금융소비자의 약 11%가 은행 서비스로부터 단절되어 있어 입출금 계좌를 보유하고 있지 않았고, 계좌는 개설하였으나 1년 이내 자동차대출, 월급대출 등을 이용한 집단이 11%에 이르는 것으로 나타났다. 해당 연구에서 금융소외자로 분류되는 이 두 집단은 소득 혹은 연령이 낮거나, 소수 민족, 여성, 미혼, 실업자인 특성을 가질 확률이 금융소외 미경험 집단에 비해 더 높았다.

Devlin(2005)의 연구에서는 영국에서 발생하는 금융소외를 보다 세분화하여 측정하기 위해 금융서비스를 입출금 계좌, 저축계좌, 보험, 연금으로 구분하였다. 입출금 계좌는 모든 금융활동에 있어 가장 기본적인 상품이고, 저축은 비상상황에 대한 대비, 보험은 위험관리, 마지막으로 연금은 은퇴소득과 관련하여 각각의 금융서비스의 운영 목적이 상이하기 때문에 연구자는 해당 상품과 서비스를 세부적으로 구분함에 따라 금융소외 양상이 상이할 것으로 예상하였다. 분석결과 고용상태, 가구소득, 주택소유 방식은 모든 금융서비스에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결혼상태와 학력의 경우 보험을 제외한 모든 서비스에, 연령은 입출금 계좌를 제외한 모든 서비스에 금융소외를 유발시키는 요인인 것으로 도출되었다. 한편, 연금 상품에서는 여성이 남성에 비해 금융소외를 더 많이 경험하는 것으로 나타났지만 저축 상품에서는 여성이 덜 경험하는 결과는 앞선 연구들에서 연구별로 성별의 효과가 상이한 이유가 상품을 세분화하지 않았다는데서 기인했다고 해석할 수 있다.

금융이해력 역시 금융소외에 영향을 미치는 변수로 도출된다. 금융시장에서 금융상품과 서비스의 범주가 점차 넓어짐에 따라 소비자들은 적절한 의사결정을 할 수 있는 능력을 필요로 하게 되었다. 이에 따라 소비자들이 정보를 찾고 계획을 세우고 상품을 구입하는데 필요한 기본 역량인 금융이해력이 금융소외를 해소하는데 반드시 요구되는 역량이라 할 수 있다(KB금융지주연구소, 2013; Link et al., 2004; Mitton, 2008). 낮은 금융이해력은 복잡한 금융시장 환경에서 소비자들이 정상적인 금융 거래



를 할 수 없게 하고 상대적으로 적은 교육의 기회 및 사회 시스템의 부재와도 직결되는 문제라고 연구자는 언급하였다(Link et al., 2004).

금융이해력과 관련하여 교육수준 자체가 금융소외에 유의미한 영향을 미친다는 연구도 있다. Devlin(2009)은 영국의 15,000 가계의 금융소외 수준을 측정하였는데 교육수준과 거주 주택 소유여부가 가장 중요한 변인으로 도출되었다.

이밖에도 가계소득, 고용상태, 연령 등이 금융소외 유발요인으로 나타나 인구통계학적 특성이 금융소외 현상을 설명하는데 큰 비중을 차지함을 알 수 있었다.

한편, 자기소외(self-exclusion)로 인해 금융소외를 경험하는 소비자도 존재한다. 금융회사에 대한 불신 혹은 다른 방법을 통해 자금을 융통하는 경우가 대표적인 예이다. 또한 국내 금융시장에는 해당하지 않지만 종교나 문화적인 요인으로 인하여 자발적으로 금융소외 상태에 놓여있는 소비자 집단도 있다(Bayot, 2013). 과거의 보고서에서는 자발적 소외까지도 금융소외의 한 영향요인으로 포함하였으나 선택의 측면에서 소비자가 스스로 금융서비스를 사용하지 않기로 결정하였으므로 금융소외의 원인을 구별하는데 있어 자발적 소외는 금융소외의 범주에 포함하지 않아야 한다는 의견이 제기되었다(Devlin, 2005). 따라서 본 연구에서도 이 부분은 포함하지 않았다.

## 2. 거래 환경

앞서 살펴본 것처럼 금융소외는 금융소비자 주체의 특성에 기인하여 발생하는 것을 알 수 있다. 그러나 소비자의 거래 상대방인 공급자와 거래 환경을 둘러싼 사회적 요인 역시 금융소외를 유발하기도 한다. 김문길(2010)에 의하면 금융서비스시장의 자유화, 노동시장의 유연화, 인구학적 변화, 소득 불평등의 심화로 인해 현대에 이르러 사회의 금융소외 문제가 심각해지고 있다. 이러한 변화로 인해 금융회사의 경쟁 또한 심화되면서 금융회사들이 소비자에게 적합한 접근 경로를 충분히 제공하지 못하거나 수익성 중심의 영업행태를 유지하는 것이 또 다른 금융소외의 발생 원인으로 지목되었다(Kempson & Whyley, 1999; Kempson et al., 2004; Collard, 2007; Atkinson et al., 2007). 한편, 노동시장이 유연해지면서 시장에서 노동자들의 고용 불안정성이 커지면서 문제가 된 높은 실업률은 금융시장 전체에도 악영향을 미치는 결과를 초래하여 금융소외의 문제를 심화시켰다고 할 수 있다(Anderloni & Carluccio, 2007).

금융회사 간의 이슈 외에 금융회사가 충분히 다양한 소비자 집단의 니즈를 반영시키지 못하여 상대적으로 이익이 되지 않는 취약계층의 금융소외를 심화시켰다고 주장하는 연구들도 있다. Kempson and Whyley(1999)는 금융시장에서 저소득층의 금융상품에 대한 니즈가 충분히 반영되지 않고 금융회사들이 오히려 과도한 수익을 추구하면서 저소득층을 대상으로 하는 금융서비스가 부족한 상황이 발생하였다고 언급하였다. FSA(2000) 역시 지역적인 측면이나 상품의 측면에서 금융회사들은 기업에게 이익이 되는 집단에게만 집중한다고 주장한다. 금융 회사들은 기업의 목적이 사회적 책임이 아닌 이윤창출이라는 주장을 펴지만, 기업의 과도한 이익 중심적 영업 방식은 사회적인 문제를 야기하므로 사회에서 기업의 역할이 무엇인지 재고할 필요가 있다고 제시하였다. 또한 이렇게 기업의 영업 대상에서 제외된 소비자들은 힘의 우위에서 절대적인 약자이기 때문에 해당 집단을 보호할 수 있는 정부의 정책적인 노력 까지도 연계되어 요구된다고 하였다.

한편, Dev(2006)는 금융포용을 달성하기 위해서는 공급과 수요 측면을 균형있게 고려하는 접근이 필요하다고 역설하면서 공급자 차원에서 금융포용에 방해가 되는 행동요인을 지방의 지점 수를 감소시키거나 지방 거주자의 신용도에 엄격한 제한을 두는 등 지역적 불균형을 초래하는 문제에 초점을 맞추었다.

### 3. 기술사용 측면

정보통신기술의 발달은 인간의 삶 모든 영역에 거대한 변화를 불러일으켰다. 금융시장도 예외는 아니다. 금융시장에서 핀테크가 본격적으로 발달하기 시작하면서 소비자들은 더 이상 별도로 시간을 내서 금융회사에 방문을 할 필요가 없어졌다. 또한 금융회사의 영업시간에 제한을 받지 않고, 은행에 가서 긴 시간을 대기하는 일도 획기적으로 감소하였다. 금융회사는 지점 유지비용이 감소하면서 인터넷 혹은 모바일 기기를 통한 비대면 거래 시 수수료에 대한 혜택을 제공하기도 한다.

그러나 이러한 시장 환경의 변화는 일부 소비자들에게 여러 가지 장점을 제공하는 반면, 새로운 형태의 금융소외 계층을 양산하는 단초를 제공하였다. 기술이 진입한 금융시장에서 소비자들은 기존의 대면거래에서 요구되는 금융거래 역량과 더불어 거래를 하기 위해 전자 기술을 사용할 수 있는 능력과 기기를 보유하도록 요구받는다. 해당 기술은 컴퓨터와 모바일 기술이 이미 삶의 전반에 스며든 시점에서 성장기를 거친 2-30대에게는 어렵지 않지만, 기존의 대면거래 방식이 익숙한 중장년층에게는 금융거래에 있어서 전자기술이 하나의 장벽으로 작용할 수 있다.

미국 소비자들을 금융상품, 금융기술, 의사소통 및 서비스 범위에 따라 세분화한 연구(First Data Corporation, 2011)를 참고해보면 전체 조사 참여자의 17%를 차지하는 Conventional Stalwarts 집단의 절반이 55세 이상이었고, 온라인 거래를 이용하는 대신 지역기관에 소속감을 느낄 수 있는 대면 거래를 하는 것을 선호한다고 답했다. 이 집단은 총 6개의

집단 중 대부분이 온라인 거래를 이용할 의사가 없다고 응답한 유일한 집단이었다. 나머지 집단은 이미 온라인 बैं킹을 친숙하게 이용하고 있었고, 집단의 전체적인 연령이 낮을수록 전자지급결제와 같이 새로운 기술을 접목하는 금융거래에 거부감이 적은 경향을 보였다.

또한 영국에서도 온라인 금융거래에 대한 태도가 중장년층을 중심으로 긍정적이지 않은 것으로 나타났다. 영국 국립통계청 데이터를 기반으로 영국소비자의 금융행태를 13개 집단 유형으로 분류한 결과(Experian, 2005), 50세 이상의 중고령 집단은 온라인 금융거래를 경계하고 직접 거래를 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 새로운 거래 방식에 반감을 가지는 이유는 소득 수준에 따라 상이하게 나타났는데, 소득 수준이 상대적으로 높은 사람들은 인터넷을 유용하게 사용함에도 불구하고 금융거래에 있어서는 신뢰의 측면에서 대면 거래를 더 선호하였고, 소득 수준이 상대적으로 낮은 사람들은 재무 상태를 고려할 때 새로운 기술 수용을 위한 여력이 되지 않는다고 응답했다.

국내에서도 온라인 금융거래에 대해 중고령 소비자들의 반응은 호의적이지 않았다. 60대 이상의 소비자들을 대상으로 정보화 인식과 정보 활용 의지에 대하여 조사한 결과(명승환·이복자, 2010), 이들은 대체적으로 기술의 변화, 생활의 편리, 사회의 발전 측면에서 온라인 채널을 이용하는 정보화 사회가 긍정적인 방향으로 변화할 것이라 인식하고 있었다. 그러나 정보 활용 의지 측정 중 금융거래 부분에 있어서는 인터넷을 이용한 금융거래를 이용하겠다는 답변이 절반을 넘지 못하여 아직까지 온라인 금융거래에 있어 참여 의식은 낮은 것으로 나타났다.

한편, 중고령층의 기술적 접근상의 어려움으로 인한 금융소외 문제 외에도 전자금융시스템을 통한 금융상품 거래시 정보제공의 오인 가능성이나 해킹 등 정보 보안의 문제 역시 규제방안이 제대로 마련되지 않아 추가적인 금융소외계층을 양산할 가능성도 있다(박선영, 2017).

## 제 3 장 연구문제 및 연구방법

### 제 1 절 연구문제

#### 1. 연구문제

본 연구는 소비자들이 금융시장에서 경험하는 금융소외가 금융상품의 특성과 거래채널별로 어떠한 양상으로 나타나는지 알아보고 그에 대한 원인을 규명하여 우리나라 금융시장에서 보다 세분화된 금융소비자들의 금융소외를 종합적으로 탐색하고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

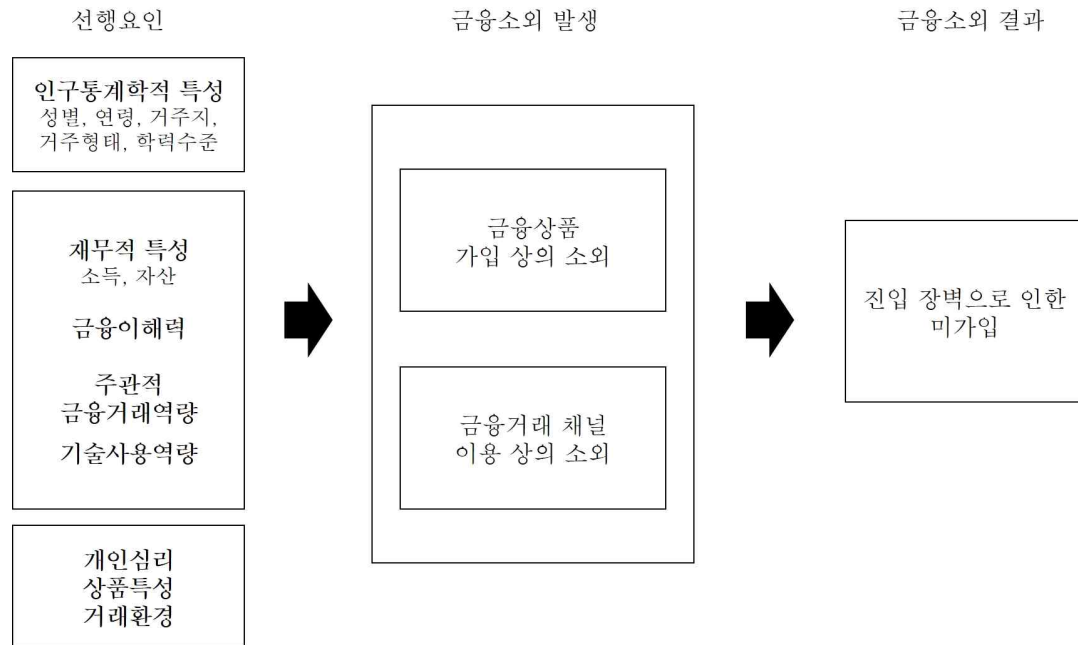
[연구문제 1] 우리나라 금융시장에서 발생하는 금융소외의 양상은 어떠한가?

1-1. 금융시장에서 금융상품의 특성과 거래채널에서 나타나는 금융소외의 양상은 어떠한가?

1-2. 금융소비자의 특성에 따른 금융소외 경험의 차이는 어떠한가?

[연구문제 2] 우리나라 금융시장에서 소비자들이 금융소외를 경험하는데 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

## 2. 연구모형



<그림 3-1> 연구모형

## 3. 금융소외의 정의 및 범주

본 연구에서 금융소외는 European Commission(2008)를 참고하여 ‘소비자가 금융시장에서 필요로 하는 금융상품에 접근하지 못하고 가입이 좌절되어 금융거래 상의 니즈를 충족시킬 수 없는 문제가 발생하는 과정’으로 정의한다. 즉, 금융소비자가 1) 해당 금융상품을 인지하고 2) 가입을 할 의사가 과거나 현재에 있지만 3) 특정한 이유로 인하여 최종적으로 가입을 하지 못한 상황을 의미한다.

## 제 2 절 연구방법

### 1. 조사대상 및 자료 수집 방법

본 연구의 대상은 20세 이상 70세 미만의 금융소비자이다. 금융상품 가입이 가능한 연령은 금융회사와 금융관련 법에서 정하는 연령에 따라 각기 다르고, 예·적금 상품의 경우 소득흐름이 대부분 없는 20세 미만의 소비자도 통장개설이 가능하다. 그러나 연령이 20세 미만인 소비자를 연구 참여자 범주에서 제외한 이유는 본 연구에서 다루는 상품이 특정 신용조건이나 정기적인 지불능력을 요하는 보험·투자·대출 등의 상품들을 포함하기 때문이다. 20세 미만의 소비자의 경우 소득창출 활동 대신 대체로 학업을 진행하고 있을 확률이 높으므로 본 연구의 설문대상에서 제외하도록 한다. 한편, 70세 이상인 자를 연구 참여 대상 범위에서 제외 한 이유는 우리나라의 법적인 은퇴 연령이 60세인 점을 고려하였다. 은퇴 후에는 주요 소득원이 단절될 가능성이 높아 금융상품에 대한 접근이 점차 어려워지고 특히 80세 이상에 속할 경우 은퇴기 중 마지막 단계인 간병을 받게 되는 시기에 속하기 때문에(조혜진·김민정, 2011) 일상적인 생활을 영위하기 위한 금융상품의 접근성 정도를 파악하는 본 연구의 목적에 부합하지 않는다. 이에 따라 20세 미만과 70세 이상을 제외한 20세 이상 70세 미만의 금융소비자를 본 연구의 참여자로 최종 선정한다.

자료의 수집은 온라인 설문조사 대행업체 (주)마이크로밀엠브레인을 통하여 진행하였다. 서울대학교 생명윤리위원회의 심의를 거쳐 최종 확정 한 설문으로 2018년 3월 8일부터 3월 13일까지 20대 이상 70세 미만의 남성 34명, 여성 34명에 대해 예비조사를 실시하였다. 예비조사를 통해 설문의 적합성 여부를 판단하였고 이후 본 조사를 진행하였다. 성별, 연령, 거주지역에 따라 우리나라 전체 인구의 비례에 맞게 할당표집하여 본 조사는 3월 27일부터 4월 5일까지 실시하였으며 총 529부가 수집되었고 불성실 응답을 제외한 526부를 최종 분석 대상으로 정하였다.

## 2. 변수의 정의 및 측정도구

### 1) 설문문항의 구성

금융소외가 우리나라 금융시장에서 어떠한 양상으로 나타나는지 세부적으로 살펴보기 위하여 금융상품을 금융상품의 특성과 거래채널 측면으로 구분하였다. 금융소외는 소외를 경험하는 주체의 특성과 관련한다는 선행연구에 따라 소비자의 특성에 따른 금융소외 경험의 차이를 살펴보기 위하여 인구통계학적 특성과 재무적 특성, 금융거래 특성에 대한 설문 문항을 제시하였다. 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 거주지, 혼인 여부, 자녀 수, 학력, 직업, 근로형태, 자가소유 여부에 대한 문항으로 구성하였고, 재무적 특성은 자산, 부채, 월평균 소득에 대한 문항으로 구성하였다. 금융거래 특성은 주관적 금융거래역량, 위험감수성향으로 측정하였고 금융이해력은 금융행동, 금융태도, 금융지식으로 구분하였다. 마지막으로 기술사용역량을 종합적으로 살펴보기 위해 인터넷과 모바일로 각각 나누어 역량을 측정하였다.

한편, 금융소외의 원인을 규명하기 위해 먼저 금융소외의 양상을 일곱 종류의 대표적인 금융상품과 세 가지의 거래채널로 구분하여 측정하여 금융소외 경험 집단을 구분하였다. 해당 집단의 금융소외의 원인은 개인심리적 원인, 공급차원 원인, 기술적 원인으로 구성하여 거래과정에서 거래 상의 양 당사자와 개입하는 환경을 고려하고자 하였다. 선행연구에서 금융소외의 원인 중 하나로 지목되는 거시환경 측면은 모든 응답자들에게 동일한 영향력을 행사할 것으로 예상하므로 본 연구에서는 측정 문항에서 제외한다.



<표 3-1> 설문 문항의 구성

구분	변수명	선행연구	문항
인구통계학적 특성	성별, 연령, 거주지, 혼인 여부, 자녀 수, 학력, 직업, 근로형태, 자가소유 여부	-	8
재무적 특성	자산, 부채, 월평균소득	-	3
금융소외 양상	예·적금, 주식, 펀드, 보장성보험, 저축성보험, 신용대출, 담보대출 *방문/인터넷/모바일	OECD/INFE (2016)를 바탕으로 재구성	22
금융소외 원인	개인심리적 원인	European Commission (2008)	13-20
	공급차원적 원인		
	기술적 원인		
금융거래 관련 특성	주관적 금융거래역량, 위험감수성향,	나혜림 (2013)	5
금융이해력	금융 행동	김정현(2011) OECD/INFE (2016)	5
	금융 태도		5
		금융 지식	최현자(2010) OECD/INFE (2016)
전자기기 보유여부	컴퓨터, 모바일기기		2
기술사용역량	인터넷기술사용역량	디지털 정보격차 실태조사 (2016)	10
	모바일기술사용역량		
총 문항 수			83-90

## 2) 변수의 정의 및 측정

### (1) 금융소외의 양상

본 연구에서 금융소외는 European Commission(2008)를 참고하여 ‘소비자가 금융시장에서 필요로 하는 금융상품에 접근하지 못하고 가입이 좌절되어 금융거래 상의 니즈를 충족시킬 수 없는 문제가 발생하는 과정’으로 정의한다. 즉, 금융소비자가 1) 해당 금융상품을 인지하고 2) 가입을 할 의사가 과거나 현재에 있지만 3) 특정한 이유로 인하여 최종적으로 가입을 하지 못한 상황을 의미한다. 이에 따라 세 가지 기준을 차례로 적용하여 금융소외 집단을 도출하고자 하였다. 금융포용과 금융소외가 여집합 관계의 개념이라는 점에서 착안하여 금융포용 수준과 금융이해력을 측정하는 OECD/INFE(2016)의 보고서를 참고로 문항을 구성하였다. 구체적인 금융소외 집단을 도출하는 설문 과정은 다음과 같다. 세 가지 거래채널에 대해 각 채널마다 일곱 가지의 금융상품을 제시하고 각 금융상품 당 세 번에 걸쳐 설문 문항을 제시한다. 먼저, 해당 채널을 이용한 금융상품을 들어본 적이 있거나 알고 있는지 묻고, 인지하고 있는 상품 중 가입을 하지 않은 상품을 선택하도록 한다. 앞 두 문항을 모두 선택한 금융 상품만을 추려 최종적으로 필요하다고 생각하지만 가입하지 못한 상품을 선택하도록 질문한다. 마지막 문항에서 최종적으로 선택한 금융상품을 금융소비자가 해당 채널에서 금융소외를 경험하는 상품으로 도출한다.

## (2) 금융소외의 원인

금융소외의 원인은 European Commission(2008)의 금융소외 보고서에서 수요자 차원, 공급자 차원, 거시 환경 차원으로 구분한 금융소외의 원인을 우리나라 금융시장에 적합한 원인을 선정하여 개인 심리 차원, 금융상품 특성 차원, 거래환경 차원, 기술사용 차원으로 재분류하였다. 그러나 각 문항이 동일한 차원 하에서도 각기 다른 원인에 대한 질문으로 판단되어 요인분석을 하지 않고 각 단일문항으로 5점 리커트 척도로 측정하였다.

<표 3-2> 금융소외의 원인 측정 문항

개인심리 차원	가입하면 상품을 이용하는데 돈이 많이 들 것 같다.
	꾸준히 이용할 자신이 없다.
	금융회사를 신뢰하지 않는다.
금융상품 특성 차원	상품이 복잡해서 이해하기가 어렵다.
	비슷한 상품들이 너무 많아서 선택하기가 어렵다.
거래환경 차원	금융상품을 가입할 수 있는 마땅한 수단이 없다. (예시. 주변에 지점이 없음, 지점방문 시간이 끝남)
	금융회사가 제공하는 상품에 자격조건이 되지 않는다. (예시. 낮은 신용등급으로 인하여 가입 거절)
	주변 사람들이 해당 상품에 대해 부정적으로 생각한다.
기술사용 차원	컴퓨터 혹은 스마트폰을 이용하여 금융상품을 가입하고 이용하는데 겁이 난다.
	컴퓨터 혹은 스마트폰을 보유하고 있지만 금융상품을 해당 기기를 통해 가입하는 방법을 모른다.
	금융상품 이용 시 보안이 우려된다.

### (3) 주관적 금융거래역량

주관적 금융거래역량 변수는 나혜림(2013)의 연구에서 적용한 주관적 금융이해력 다섯 문항 중 은퇴 및 재무계획과 관련한 세 문항을 제외한 나머지 두 문항을 활용하였다. 신뢰도와 타당도 분석 결과 크론바흐의 알파 값이 0.75로 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 나타났다.

<표 3-3> 주관적 금융거래역량 측정 문항

주관적 금융거래 역량	나는 주변 사람들보다 금융 분야에 대해 더 잘 알고 있다.
	나는 필요한 금융상품에 대한 정보를 스스로 탐색하고 가입 및 이용할 수 있다.
	Cronbach's alpha = 0.75

#### (4) 금융이해력

금융이해력은 금융시장에서 올바른 의사결정을 위해 필요한 능력으로 본 연구에서는 금융지식, 금융행동, 금융태도로 구분하여 측정하였다.

금융행동은 금융이해력 중 실천적 영역을 포함하여 재무적 니즈를 충족시키기 위해 필요한 여러 가지 재무적인 습관 혹은 행동을 의미한다(OECD, 2016). 본 연구에서 금융행동은 ‘2016 전국민 금융이해력 조사’ 문항 중 금융행동에 관한 네 문항과 김정현(2011)의 재무관리역량을 측정하는 문항 중 한 문항을 선정하여 총 다섯 문항에 대해 5점 리커트 척도로 측정하였다.

<표 3-4> 금융행동 측정 문항

금융행동	금전적인 문제에 대해 장기 목표를 가지고 있으며 그것을 이루기 위해 노력하는 편이다.
	저축과 지출에 대한 예산을 세운다.
	평상시 나의 재무상황에 대해 면밀히 점검하는 편이다.
	나는 어떤 상품을 구매하기 이전에 그 비용을 지불할 여유가 있는지 확인한다.
	나는 각종 청구대금(공과금, 아파트관리비, 카드대금 등)을 정해진 기일 내에 지불한다.
Cronbach's alpha = 0.782	

금융태도는 재무적 의사결정을 하는 과정에서 어떠한 행동을 하는데 의사결정 당사자가 가지고 있는 호의적 혹은 비호의적인 태도를 의미한다(OECD, 2016). 금융행동과 마찬가지로 금융태도 문항은 ‘2016 전국민 금융이해력 조사’와 김정현(2011)의 측정문항을 참고로 하였으며, 각 세 문항과 두 문항을 선정하여 총 다섯 문항에 대해 5점 리커트 척도로 측정하였다.

<표 3-5> 금융태도 측정 문항

금융태도	돈은 쓰기 위해 존재하는 것이다.
	나는 현재를 위해 살고 미래에 대해서는 걱정하지 않는 편이다.
	일어나지 않을 수도 있는 일 때문에 보험에 드는 것이 아깝다는 생각이 든다.
	가진 돈을 아껴서 불리는 것보다 지금의 만족을 위해 쓰는 것이 더 좋은 일이다.
	내 재산에 손해가 날지도 모르는 위험에 대비해 미리 계획을 세워두어야 한다.
	Cronbach's alpha = 0.633

금융지식은 다양한 금융상품의 여러 조건과 요소를 이해하고 비교하거나 거래 과정에서 필요한 수치를 산출해내는데 필요한 금융이해력의 한 요소이다(OECD, 2016). 본 연구에서는 금융지식을 금융감독원에서 실시하는 ‘2016 전국민 금융이해력 조사’에서 측정하는 여덟 문항과 최현자(2010)에서 청소년 금융이해력을 측정하기 위한 문항 중 두 문항을 선택하여 총 열 문항에 대해 OX 형식으로 측정하였다.

<표 3-6> 금융지식 측정 문항

문항	정답률
01. 물가상승률이 3%라면 1년 후 천만원으로 살수 있는 물건의 양은 지금 천만원으로 살 수 있는 물건의 양보다 많다.	89.7%
02. 높은 인플레이션율(물가상승률)은 생활비가 빠르게 증가한다는 것을 의미한다.	86.1%
03. 연이율이 2%인 비과세 저축성예금계좌에 백만원을 복리이자로 5년 동안 입금해 둔다면, 5년 후에 금액은 110만원이 될 것이다.	58.0%
04. 백화점 구매대금이나 통신요금의 연체도 신용등급에 영향을 미칠 수 있다.	82.1%
05. 연금보험, 보통예금, 정기예금, 수익증권 중 비상자금으로 쓸 돈을 저축하기에 가장 적합하지 않은 것은 수익증권이다.	36.3%
06. 어떤 사람이 당신에게 큰 돈을 벌 수 있는 기회가 있다고 제안한다면, 그것은 큰 돈을 손해볼 가능성도 있다는 것을 의미한다.	89.9%
07. 어느 날 친구에게 250만원을 빌려주고, 그 다음날 친구로부터 250만원을 돌려받는다면 받게 되는 이자는 없다.	60.5%
08. 보험회사에서 판매하는 변액보험은 예금자보호제도에 의해 보호를 받을 수 있다.	35.9%
09. 100만원을 연이율 2%의 비과세 저축성예금에 저축한 후 추가적인 입금과 출금이 없다면 1년 뒤 계좌에는 102만원이 남게 된다.	58.2%
10. 돈을 여러 곳에 투자하면 돈을 전부 잃어버릴 가능성이 높아진다.	84.6%

(5) 기술사용역량

기술사용역량 변수는 인터넷 사용역량과 모바일 기기 사용역량으로 구분하여 측정하였다. 미래창조과학부와 한국정보화진흥원에서 실시하는 ‘2016 디지털정보격차 실태조사’에서 측정하는 각 다섯 문항을 측정도구로 사용하였으며 5점 리커트 척도로 측정하였다. 신뢰도와 타당도를 측정한 결과 인터넷 사용역량과 모바일 기기 사용역량 모두 0.93으로 다문항 척도로 사용하기 위한 신뢰도를 확보하였다.

<표 3-7> 인터넷 사용역량 측정 문항

인터넷 사용역량	필요한 프로그램(소프트웨어)을 컴퓨터에 설치/삭제/업데이트 할 수 있다.
	유선 또는 무선 인터넷을 스스로 연결해서 사용할 수 있다. (단, IP 설정은 제외)
	다양한 외장기기(디지털 카메라, 프린터, 스캐너, USB 외장하드 등)를 연결하여 이용할 수 있다.
	컴퓨터에 있는 파일을 인터넷을 통해 다른 사람에게 전송할 수 있다.
	컴퓨터(한글, 엑셀, 파워포인트 등)를 이용하여 문서나 자료를 작성할 수 있다.
	Cronbach's alpha = 0.93

<표 3-8> 모바일 기기 사용역량 측정 문항

모바일기기 사용역량	디스플레이/소리/보안/알람 등의 환경설정을 할 수 있다.
	무선 네트워크(와이파이) 설정을 할 수 있다.
	내 모바일기기에 있는 파일/사진 등을 다른 사람에게 전송할 수 있다.
	필요한 앱을 모바일기기에 설치/삭제/업데이트할 수 있다.
	문서나 자료(메모, 워드 등)를 작성할 수 있다.
	Cronbach's alpha = 0.93



### 3. 분석방법

본 연구에서는 소비자들이 경험하는 금융소외의 경험을 종합적이고 개괄적으로 살펴보기로 한다. 이를 위해 IBM SPSS Statistics 22 통계 프로그램을 이용하여 두 가지의 연구문제를 해결하였다. 첫 번째 연구문제는 우리나라 시장에서 발생하는 금융소외의 양상과 금융소외를 경험하는 소비자의 특성을 살펴보았다. 금융소외의 양상 중 객관적인 소외 현상을 도출하기 위해서 빈도분석을 실시하였다. 다음으로, 교차분석, 독립표본 t 검정, 일원분산분석을 실시하여 비교집단에 비해 대조적으로 나타나는 금융소외 경험의 차이를 인구통계학적 특성, 재무적 특성, 금융거래와 관련한 개인적 특성을 중심으로 도출하였다. 일원분산분석 방법 적용 시 사후분석은 Duncan 사후검정을 실시하였다.

두 번째 연구문제는 우리나라 금융시장에서 소비자들이 금융소외를 경험하는데 영향을 미치는 요인이 무엇인지 살펴보는 것을 목적으로 한다. 로지스틱 회귀분석으로 금융소외 여부, 금융상품 특성별 소외 여부, 거래채널별 소외 여부에 영향을 미치는 요인을 규명하여 금융소외 경험자들의 금융상품 특성과 거래채널에 따른 금융소외의 원인을 도출해내었다.

### 제 3 절 조사대상자의 일반적 특성

본 연구의 조사대상자의 일반적 특성은 <표 3-9>와 같다.

조사대상자의 성별은 남성은 267명(50.8%), 여성은 259명(49.2%)으로 여성이 조금 더 많았고, 연령은 40대 123명(23.4%), 50대 120명(22.8%), 30대 106명(20.2%), 20대 98명(18.6), 60대 79명(15.0%) 순으로 나타났다. 기혼인 응답자는 314명(59.7%), 미혼인 응답자는 189명(35.9%)로 응답자의 절반 이상이 기혼자인 것으로 나타났다. 기혼, 이혼, 사별의 경우를 모두 포함하였을 때 결혼을 했다고 응답한 337명중 57.6%인 303명이 자녀가 있다고 응답하였다. 학력의 경우 약 66%가 대학 졸업 수준의 학력을 가지고 있었고, 고졸 이하가 24.7%, 대학원 재학 이상이 9.5%였다. 거주 지역에 따른 구분에서는 서울특별시에 거주하는 응답자가 전체의 약 21%, 6대 광역시에 거주하는 응답자가 26.6%, 그 이외 도 단위와 세종특별자치시를 포함한 지역에 거주하는 응답자가 51%로 나타났다. 거주 형태에 대한 응답에서는 자가에 거주하는 응답자가 65%를 차지하였고 전/월세 형태로 거주하는 응답자가 33.8%, 기타 응답이 1.1%였다. 주 관식 형태로 기타의 하위 범주를 응답한 결과로 보면 관사에 거주하거나 기숙사에 거주하는 응답자가 존재하였다.

재무적 특성과 관련하여 월평균 소득, 평균 자산, 평균 부채 규모에 관한 정보를 얻을 수 있었다. 응답자 전체의 월평균 소득의 평균값은 377만원으로, 2017년 가계금융복지조사의 월평균 소득 평균값이 417만원에 비해 40만원 정도 낮게 나타났다. 자산과 부채의 경우에서도 본 조사의 결과에서는 자산이 평균 2억 9천만원, 부채가 4천9백만원인데 비해, 2017년 가계금융복지조사에서는 자산 평균 3억 1천만원, 부채 평균 7천 22만원으로 상이한 결과를 보였다. 이는 가계금융복지조사의 조사 단위가 가구인 반면, 본 연구에서는 20대 이상의 금융소비자로 소득 여부에 제한을 두지 않기 때문에 나타난 결과로 추측할 수 있다.

<표 3-9> 조사대상자의 일반적 특성

특성	구분	n=526	특성	구분	n=526
성별	남성	267(50.8)	월 평균 소득 <sup>1)</sup>	200만원 미만	184
	여성	259(49.2)		200만원~300만원	132
연령	20대	98(18.6)		300만원~400만원	88
	30대	106(20.2)		400만원 이상	122
	40대	123(23.4)		평균	377만원
	50대	120(22.8)	자산(평균) <sup>2)</sup>		2억 9천만원
	60대	79(15.0)	부채(평균) <sup>3)</sup>		4900만원
결혼 여부	미혼	189(35.9)	직업	직업 없음	24(4.6)
	기혼	314(59.7)		전문직	59(11.2)
	이혼	16(3.0)		사무직	235(44.7)
	사별	7(1.3)		자영업	40(7.6)
자녀 유무	없다	34(6.5)		판매/서비스직	28(5.3)
	있다	303(57.6)		노동직/생산직	27(5.1)
최종 학력	고졸 이하	130(24.7)		농/어/축산업	1(0.2)
	대졸	346(65.8)		학생	35(6.7)
	대학원 이상	50(9.5)		주부	72(13.7)
거주 지역	서울특별시	110(20.9)		기타	5(1.0)
	6대 광역시	140(26.6)	거주 형태	자가	342(65.0)
	도 단위	268(51.0)		전/월세	178(33.8)
	제주	8(1.5)		기타	6(1.1)

<sup>1)</sup> 2017년 가계금융복지조사 월평균 소득 417만원

<sup>2)</sup> 2017년 가계금융복지조사 자산 평균 3억 1천만원

<sup>3)</sup> 2017년 가계금융복지조사 부채 평균 7천22만원

## 제 4 장 연구결과

### 제 1 절 금융소외의 양상과 경험자의 특성

본 절에서는 우리나라 금융시장에서 발생하는 금융소외의 양상과 소외 경험자의 특성에 따른 금융소외 경험의 차이를 알아보는 것을 목적으로 한다. [연구문제 1]의 첫 번째 문제에서는 금융소외의 양상을 금융상품의 특성과 거래채널로 구분하여 각각 살펴보고자 한다. [연구문제 1]의 두 번째 문제인 금융소외 경험자의 특성은 금융소외를 경험하는 주체인 소비자가 가지고 있는 개인 혹은 환경 차원에서 나타나는 차이를 중심으로 설명하고자 한다. 이를 통해 시장에서 금융소외가 발생하는 지점과 경험하는 주체를 함께 고려하여 현재 금융시장에서의 금융소외의 양상을 도출한다.

#### 1. 금융소외의 양상

금융소외의 양상을 살펴보기 위하여 금융상품은 금융소비자보호기본법(안)에서 제시하는 분류 기준인 예금성, 투자성, 보장성, 대출성으로 구분하고 예금성은 예·적금 상품, 투자성은 주식과 펀드, 보장성은 보장성 보험과 저축성보험, 대출성은 신용대출과 담보대출로 각각 세분화하여 분석을 진행하였다.

거래채널의 경우 소비자가 지점을 방문하거나 제 3의 장소에서 거래를 하게 되는 대면 거래와 전자 기술 채널을 매개로 하여 거래하는 비대면 거래로 구분하고, 비대면 거래를 다시 컴퓨터 기반 인터넷 거래와 스마트폰을 이용한 모바일 거래로 세분화하여 거래채널을 대면 거래, 인터넷 거래, 모바일 거래 총 3개 채널로 구분하였다.

20대에서 60대 사이의 금융소비자 526명을 대상으로 금융소외 경험 여부를 조사한 결과, 전체 조사대상자의 34%는 금융 거래를 하면서 금융소외를 경험한 적이 없었으나, 단 한번이라도 금융소외를 경험한 적이 있는 소비자는 347명으로 전체 표본의 약 65%가 금융소외 경험자에 해당하였다.

## 1) 상품특성에 따른 금융소외의 양상

각 상품 특성별로 나타나는 금융소외의 양상을 살펴본 결과는 다음 <표 4-1>에 제시하였다.

<표 4-1> 금융상품 특성별 금융소외 현황

단위: 명(%)

예금성		투자성		보장성		대출성		총계
74 (21.3)		235 (67.7)		148 (42.7)		75 (21.6)		
예· 적금	74 (21.3)	주식	124 (35.7)	보장성 보험	58 (16.7)	신용 대출	51 (14.7)	347 (100)
		펀드	173 (49.9)	저축성 보험	116 (33.4)	담보 대출	43 (12.4)	

\* 중복응답으로 인하여 총 비율의 합이 100%가 아님

소비자가 금융시장에서 다양한 금융상품에 접근하는 과정에서 어려움을 겪을 가능성이 존재하므로 복수선택을 가능하게 하였다. 먼저, 한번이라도 금융소외를 경험한 총 347명의 금융소외자 중 21.3%가 예금성 상품에서 소외를 경험하였고, 투자성 상품에서는 67.7%, 보장성 상품에서는 42.7%, 대출성 상품에서는 21.6%로 나타났다. 네 가지 상품 특성군 중 투자성 상품의 금융소외 비율이 가장 높았고, 뒤이어 보장성 상품, 대출성 상품, 예금성 상품 순이었다. 각 상품을 세부적으로 살펴보면 투자성 상품 내에서도 주식보다는 펀드에서 약 1.5배 더 많은 소비자가 소외

를 경험한 적이 있다고 응답하였고, 보장성 상품에서는 보장성 보험보다는 저축성 보험을 가입하는 과정에서 약 2배 많은 응답자가 소외를 경험한 적이 있는 것으로 나타났다. 대출성 상품에서 신용대출과 담보대출로 구분해보면 담보대출이 12.4%, 신용대출이 14.7%로 신용대출에서의 소외 경험자의 비중이 조금 더 높은 것으로 나타났으나 다른 상품과 비교해보았을 때는 금융소외 경험 비율에서 가장 낮은 수치를 기록하였다.

이상의 결과를 고려할 때, 투자성 상품과 보장성 상품에서 소비자들이 가장 빈번한 금융소외를 경험한다는 결과를 단적으로 생각해볼 수 있다. 이는 소비자들이 예적금 상품에 전적으로 의존하여 자산을 관리하기 보다는 점차 투자성 상품을 통해 수익을 추구하고, 보장성 상품으로 미래에 발생하는 위험에 대비하려는 형태로 변화하고 있음을 짐작케 해준다. 그러나 상대적으로 상품구조가 단순하고 상품에 대한 노출기회가 잦은 예금성 상품과 절대적인 조건으로 인해 제약이 있는 대출성 상품에 비해 투자성 상품과 보장성 상품은 상품의 구조도 복잡하고 종류도 다양해 선택 폭이 비교적 넓다. 이러한 사회의 변화와 상품의 특성이 결합되어 해당 결과가 도출되었다고 생각해볼 수 있으며, 이 집단이 미래에 금융소외를 유발한 요인을 해소하지 않고 금융상품에 가입하게 되면 시장에서 피해를 경험할 가능성도 배제할 수 없다.

소비자들이 금융소외를 경험하는 빈도를 소외를 경험한 금융상품 종류의 가짓수를 기준으로 살펴본 결과는 <표 4-2>과 같다. 해당 분석에

<표 4-2> 금융소외 상품의 수

단위: 명(%)

금융소외를 경험하는 상품의 수							총계
1개	2개	3개	4개	5개	6개	7개	
169 (48.7)	105 (30.2)	45 (13.0)	21 (6.0)	3 (0.9)	2 (0.6)	2 (0.6)	347 (100)

서도 예·적금, 주식, 펀드, 보장성보험, 저축성보험, 신용대출, 담보대출 총 7가지의 영역에서 금융소외 경험여부를 복수응답으로 처리하였다.

하나 이상의 금융상품에서 금융소외를 경험한 적이 있다고 응답한 금융소외 중 한 개의 상품에서 금융소외를 경험한 소비자가 169명으로 총 소외 경험자의 48.7%를 차지하는 것으로 나타났다. 뒤이어 두 개의 상품에서 금융소외를 경험한 소비자의 비중이 30.3%로 전체 소외 경험자 중 두 번째로 높은 비율을 차지하였고 소외를 경험한 금융상품의 개수가 많아질수록 금융소외의 경험자의 빈도 수 또한 감소하는 결과를 보였다.

금융소외를 경험한 적이 있다고 대답한 응답자들에게 해당 금융소외를 유발시킨 이유를 개인 심리, 상품의 특성, 거래 환경, 기술 역량 차원으로 구분하여 구체적으로 살펴본 결과를 <표 4-3>에 제시하였다. 예금성 상품의 경우 지속적으로 거래를 할 자신이 없다는 응답과 금융상품 가입 및 유지비용이 부담된다는 응답이 전체 예금성 상품의 소외 경험 이유 중 상당 부분을 차지한 결과를 고려하였을 때, 장기적으로 일정 금액을 저축해야 하는 예·적금 상품 구조에 부담을 느꼈을 가능성이 있을 것으로 생각된다. 투자성 상품에서는 비용에 대한 부담과 금융상품의 특성이 금융소외를 경험하는 이유로 나타났다. 보장성 상품에서의 소외에서는 비용에 대한 부담과 지속적 거래에 대한 자신감이 결여된다는 이유, 금융상품의 복잡성이 가장 빈번한 소외 이유로 지목되었다. 금융소외를 경험하는 소비자들은 시장에서 판매되는 상품이 지나치게 복잡하여 이해하기 어렵고, 다양한 금융회사에서 판매하는 유사한 금융상품들이 존재하여 자신에게 적합한 상품이 무엇인지 선택하는데 어려움을 겪고 있다고 할 수 있다. 한편, 보장성 상품의 경우 장기로 납입해야 하는 특성을 고려하였을 때 비용에 대한 부담과 지속적으로 거래를 해야 하는 자신감의 이유가 소외의 원인으로 나타났다. 마지막으로, 대출성 상품의 경우 거래 환경 차원의 소외 원인이 특징적이었다. 즉, 자격조건을 충족하지 못했거나 주변 사람들의 상품에 대한 부정적인 시각으로 인하여 소외를 경험한다는 응답이 상당 수 차지하였다.

<표 4-3> 금융상품 특성에 따른 금융소외 이유

단위: 건(%)

		예금성	투자성		보장성		대출성	
		예·적금	주식	펀드	보장성 보험	저축성 보험	신용대출	담보대출
개인 심리	비용에 대한 부담감	52 (70.3)	114 (91.9)	159 (91.9)	40 (69.0)	128 (110.3)	32 (62.7)	27 (62.8)
	지속적 거래에 대한 자신감 결여	48 (64.8)	101 (81.5)	155 (89.6)	29 (50.0)	89 (76.7)	23 (45.1)	14 (32.6)
	금융회사에 대한 불신	11 (14.8)	23 (18.5)	45 (26.0)	11 (19.0)	27 (23.3)	7 (13.7)	14 (32.6)
상품 특성	상품의 복잡성	20 (27.0)	114 (91.9)	156 (90.2)	22 (37.9)	54 (46.6)	21 (41.2)	14 (27.9)
	상품다양성으로 인한 선택어려움	29 (39.2)	62 (50.0)	129 (74.6)	28 (48.6)	72 (62.1)	12 (23.5)	12 (27.9)
거래 환경	가입 절차 상 어려움	6 (8.1)	21 (16.9)	19 (11.0)	6 (10.3)	11 (9.5)	4 (7.8)	5 (11.6)
	자격조건 미충족	2 (2.7)	15 (12.1)	4 (2.3)	11 (19.0)	10 (8.6)	7 (13.7)	24 (55.8)
	준거집단의 부정적 인식	3 (4.1)	50 (40.3)	56 (32.4)	6 (10.3)	20 (17.2)	10 (19.6)	15 (34.9)
기술 역량	보안 우려	28 (37.8)	29 (23.4)	29 (16.8)	10 (17.2)	27 (23.3)	13 (25.5)	10 (23.3)
	가입 방법 모름	11 (14.9)	10 (8.1)	11 (6.4)	6 (10.3)	5 (4.3)	6 (11.8)	8 (18.6)
	기술 이용 우려	18 (24.3)	11 (8.9)	14 (8.1)	5 (8.6)	15 (12.9)	3 (5.9)	6 (14.0)
금융소외 경험자의 수		74	124	173	58	116	51	43

\*중복응답으로 인하여 상품 특성별 경험 이유의 합이 100%가 아님



## 2) 거래채널에 따른 금융소외의 양상

거래채널에 따른 금융소외 경험을 각 채널별로 금융상품의 소외 경험 빈도로 살펴본 결과는 <표 4-4>와 같다. 각 채널에 대해 복수응답이 가능하였고, 금융소외를 경험한 조사대상자 총 347명이 거래채널을 이용하는 과정에서 대면 거래에서 290명으로 약 83%가, 인터넷 거래에서 286명(82.4%), 모바일 거래에서 267명(76.9%)이 금융소외 경험이 있다고 응답하여 응답자들은 한 거래채널에 국한되지 않고 모든 채널에서 금융소외를 경험하는 것으로 나타났다. 예·적금 상품의 경우 대면 거래에 비해 인터넷과 모바일 거래 상의 금융소외 빈도가 각각 약 2배씩 높은 것으로 나타났는데, 이는 온라인뱅킹과 같은 비대면 계좌의 개설 수요가 증가한데서 기인한 것으로 보인다. 모바일 거래 상 신용대출에 대한 금융소외 경험은 약 9%인데 비해 대면 거래가 4.9%, 인터넷 거래가 5.5%로 모바일 거래 상의 소외 경험이 다른 채널에 비해 높았다. 이는 거래 비용 절감과 중금리 대출 시장 공략 등의 이점을 가지고 있는 모바일 대출 시장의 규모 증가의 결과로 해석할 수 있다. 한편, 금융소비자들은 아직까지 펀드 상품의 경우 비대면 거래보다는 대면 거래를 통해 상품을 가입하는 과정에서 금융소외를 경험하는 경향이 높고, 인터넷 거래 기반

<표 4-4> 거래채널별 금융소외 현황

단위: 명(%)

	대면	인터넷	모바일	합계
예·적금	25 (7.2)	45 (13.0)	48 (13.8)	74
주식	80 (23.1)	86 (24.8)	84 (24.2)	124
펀드	125 (36.0)	115 (33.1)	110 (31.7)	173
보장성보험	25 (7.2)	33 (9.5)	26 (7.5)	58
저축성보험	64 (18.4)	83 (23.9)	65 (18.7)	116
신용대출	17 (4.9)	19 (5.5)	32 (9.2)	51
담보대출	23 (6.6)	23 (6.6)	28 (8.1)	43
	290 (83.6)	286 (82.4)	267 (76.9)	347

\* 중복응답으로 인하여 총 비율의 합이 100%가 아님

상 소외는 다른 거래채널과 비교하였을 때 저축성 보험의 소외 경험 빈도가 높은 것으로 나타났다.

본 연구에서는 대면거래의 금융소외 경험 빈도가 비대면 거래의 빈도보다 근소하게나마 더 높은 결과를 보였다. 이 결과는 두 측면에서 생각해볼 수 있다. 먼저, 대면 거래 상 금융소외 경험자들의 기술에 대한 장벽이다. 기술에 대한 장벽은 심리적이거나 물리적일 수 있는데, 소비자들이 전자 기술을 사용하여 금융거래를 하는 행동 자체에 대해 생각을 하지 않기 때문에 비대면 거래의 가능성을 원천 차단하고 대면 거래 상에서의 금융소외만을 고려했을 가능성이 있다. 금융시장에서 거래 방식이 점차 비대면 거래로 변화하는 과정에서 해당 집단이 현재의 거래방식을 유지하게 되면 기술사용에 대한 부적응으로 인한 추가적인 금융소외를 경험하게 되므로 이에 대한 대안이 필요하다고 볼 수 있다. 또 다른 측면은 본 연구의 조사방법의 특수성으로 인해 비대면 거래 상 금융소외 빈도의 과소추정이다. 온라인 조사의 특성 상 상대적으로 기술사용이 익숙한 표본이 선택되었을 확률이 높다. 따라서 해당 결과를 해석할 때 이 두 가지 가능성을 염두에 두어야 한다.

한편, 거래채널에 따른 금융소외의 양상을 소외를 경험한 거래채널의 수와 조합으로 살펴본 결과는 <표 4-5>와 같다. 하나 이상의 거래채널에서 소외를 경험한 347명의 소비자 중 세 채널 모두 이용을 시도하는 과정에서 금융소외를 경험했다고 응답한 소비자는 213명으로 전체 소외 경험자의 약 61.4%를 차지하였다. 표에서 제시하지는 않았으나, 모든 채널을 선택한 소비자들의 선택 상품을 함께 고려하면 동일한 상품에 대해 거래채널 상 금융소외를 모두 선택한 경우가 대다수를 차지하고 있기 때문에 이 경우 소비자들이 거래채널보다 앞서 금융상품에 대한 금융소외를 더 크게 느꼈을 가능성이 존재한다. 세 채널 중 두 채널의 이용 과정에서 금융소외를 경험했다고 응답한 소비자는 70명으로 전체 소외 비중 중 20.2%를 차지하였다. 그 중 인터넷/모바일 집단에 속한 소비자는 70명 중 30명으로 가장 많았고, 대면/인터넷 채널 소외 경험자가 29명, 대면/모바일 채널 소외 경험자가 11명으로 뒤를 이었다. 마지막으로 하나

의 채널을 이용하는 과정에서 금융소외를 경험한 소비자는 64명으로 총 금융소외 경험 비중에서 18.4%로 가장 적은 비중을 차지하였다. 이를 다시 채널별로 집단을 구분하면 64명 중 대면 37명(10.7%), 인터넷 14명(4.0%), 모바일 13명(3.7%) 순으로 나타났다.

<표 4-5> 거래채널 수와 조합에 따른 금융소외

단위: 명(%)

1개 채널 (n=64 (18.4))			2개 채널 (n=70 (20.2))			모든 채널	총계
대면	인터넷	모바일	대면/ 인터넷	대면/ 모바일	인터넷/ 모바일	213 (61.4)	347 (100)
37 (10.7)	14 (4.0)	13 (3.7)	29 (8.4)	11 (3.2)	30 (8.6)		

다음 <표 4-6>에서는 채널 별로 개인 심리, 상품 특성, 거래 환경, 기술 역량 차원에서 거래채널 상에서 금융소외를 경험하는 이유를 살펴 보았다. 세 채널 모두 금융 상품의 복잡하고 유사한 다양한 상품으로 인한 선택의 어려움과 지속적인 거래를 하는데 자신감 결여 요인이 큰 비중을 차지하고 있었다. 이는 소비자들이 거래채널이 상이함에도 불구하고 금융상품 자체에 대한 이해와 거래 자신감 등을 중요하게 여기고 있음을 설명해주는 결과이다. 한편, 인터넷 거래와 모바일 거래의 약 15% 정도가 기술역량으로 인한 소외 경험을 차지한 결과는 소비자들이 금융 거래를 하는데 있어서 단순한 금융거래 역량 이외에 기술을 사용할 수 있는 역량을 추가적으로 갖추어야 함을 시사한다.

<표 4-6> 거래채널에 따른 금융소외 이유

단위: 건(%)

		대면 거래	인터넷 거래	모바일 거래
개인 심리	비용에 대한 부담감	193 (66.6)	188 (65.7)	171 (64.0)
	지속적 거래 자신감 결여	175 (60.3)	157 (54.9)	127 (47.6)
	금융회사에 대한 불신	43 (14.8)	49 (17.1)	46 (17.2)
상품 특성	상품의 복잡성	137 (47.2)	133 (46.5)	131 (49.1)
	상품다양성으로 인한 선택어려움	117 (40.3)	115 (40.2)	112 (41.9)
거래 환경	가입 절차 상 어려움	26 (9.0)	24 (8.4)	22 (8.2)
	자격조건 미충족	25 (8.6)	27 (9.4)	21 (7.9)
	준거집단의 부정적 인식	51 (17.6)	45 (15.7)	64 (24.0)
기술 역량	보안 우려		70 (24.5)	76 (28.5)
	가입 방법 모름		32 (11.2)	25 (9.4)
	기술 이용 우려		36 (12.6)	36 (13.5)
각 거래채널 별 금융소외 경험자의 수		290	286	267

\* 중복응답으로 인하여 총 비율의 합이 100%가 아님

## 2. 금융소비자의 특성에 따른 금융소외

선행연구에 따르면 금융소외의 문제는 해당 문제를 경험하는 소비자의 다양한 특성에 기인하는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 선행연구를 통해 밝혀진 공통의 영향요인을 중심으로 금융소외를 경험하는 소비자들의 특성에 따라 금융소외의 경험의 차이를 살펴보고자 한다.

가장 먼저 금융소외 경험 여부에 따라 두 집단으로 나누어 금융소외를 한번이라도 경험한 347명의 소비자 집단과 경험하지 않은 179명의 소비자 집단을 비교 방식을 통해 경험자들의 특성을 대조적으로 살펴본다.

### 1) 금융소외 여부별 소비자의 특성 차이

금융소외 경험 여부에 따라 구분한 미경험 및 경험집단의 소비자특성을 <표 4-7>과 같이 인구통계학적 특성과 재무적 특성을 중심으로 살펴보았다. 소외 미경험 집단과 경험 집단의 비교를 통해 각 집단의 특성을 도출해보면 금융소외를 경험하지 않는 집단은 여성보다는 남성의 비율이 56.4%로 더 높은 반면 경험 집단은 반대로 남성보다 여성의 비율이 52.2%로 더 높았으나 통계적으로 차이가 유의하지는 않았다. 최종 학력의 경우 소외 경험 집단의 고졸 이하 비율이 26.2%로 소외 미경험 집단이 21.8%인 결과와 비교하여 더 높은 반면, 각 집단에서 대학원 재학 이상의 비율이 차지하는 비율은 각각 6.9%와 14.5%로 소외 미경험 집단의 비율이 더 높아 금융소외를 경험하는데 학력과 유의미한 상관관계가 있음을 알 수 있었다. 한편, 소외를 경험하는 집단은 그렇지 않은 집단과 비교하여 자가를 소유하는 비중이 더 낮고, 낮은 소득분위의 비중도 높았다. 자산 규모 역시 소외를 경험하지 않는 집단은 평균 3억 8377만원인데 비해 경험 집단의 경우 2억 5201만원으로 나타났다.

인구통계학적 요인과 재무적 요인 이외에 금융거래와 관련한 특성에서는 통계적으로 유의하지는 않았으나 금융소외를 경험하는 집단이 경험하지 않는 집단에 비해 주관적인 금융거래역량이 낮지만, 금융이해력의

평균 점수는 근소하게 높은 결과를 보였다.

이상의 결과를 통해 금융소외를 경험하는 소비자들은 금융소외를 경험하지 않는 집단에 비해 학력이 전반적으로 낮고 자산 규모가 작으며, 자가보다는 전/월세의 형태로 거주하고 소득분위가 낮은 특징을 도출할 수 있다.

<표 4-7> 금융소외 여부에 따른 인구통계학적 및 재무적 특성

특성	구분	소외 경험 여부		$\chi^2/t$
		소외 경험	소외 미경험	
성별	남성	166 (47.8)	101 (56.4)	3.483
	여성	181(52.2)	78 (43.6)	
연령	20대	62 (17.9)	36 (20.1)	1.080
	30대	70 (20.2)	36(20.1)	
	40대	79 (22.8)	44 (24.6)	
	50대	81 (23.3)	39 (21.8)	
	60대	55 (15.9)	24 (13.4)	
최종 학력	고졸 이하	91 (26.2)	39 (21.8)	8.313**
	대졸 이하	232 (66.9)	114 (63.7)	
	대학원 이상	24 (6.9)	26 (14.5)	
거주지	수도권	150 (43.2)	82 (45.8)	.611
	광역시	96 (27.7)	44 (24.6)	
	도 단위	101 (29.1)	53 (29.5)	
거주 상태	자가	212 (61.1)	130 (72.6)	7.027*
	전/월세	131 (37.8)	47 (26.3)	
	기타	4 (1.2)	2 (1.1)	
소득 분위	1분위	129 (37.2)	54 (30.2)	10.613**
	2분위	96 (27.7)	36 (20.1)	
	3분위	51 (14.7)	38 (21.2)	
	4분위	71 (20.5)	51 (28.5)	
자산	평균 (SD)	2억 5201만원 (2억 9499만원)	3억 8377만원 (5억 1328만원)	23.555***
부채	평균 (SD)	4천 871만원 (1천193만원)	4천 914만원 (9천440만원)	.023
전체		347 (100.0)	179 (100.0)	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

<표 4-8> 금융소외 여부에 따른 응답자의 금융거래 특성

5점 만점		소외 경험	소외 미경험	t
		평균 (SD)		
위험수용성향		3.09 (.86)	2.94 (.94)	-1.738
주관적 금융거래 역량	자신감	2.87 (.81)	2.97 (.87)	1.335
	정보탐색	3.44 (.83)	3.54 (.88)	1.230
	평균	3.15 (.73)	3.25 (.79)	1.432
금융 이해력	금융지식 (10점 만점)	6.86 (1.67)	6.74 (1.80)	-.733
	금융행동	3.66 (.56)	3.71 (.62)	1.000
	금융태도	3.38 (.54)	3.34 (.54)	-.780
주관적 기술사용 역량	인터넷	3.37 (.90)	3.49 (.88)	1.491
	모바일	3.37 (.92)	3.37 (.95)	.030
기술사용 역량	인터넷	3.97 (.79)	4.10 (.75)	1.763
	모바일	4.16 (.70)	4.18 (.70)	.272

\* p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

## 2) 금융상품 특성별 금융소외의 차이

<표 4-9>는 앞서 분석을 진행하였던 금융소외 경험 집단 347명을 최종 금융소외 상품을 기준으로 금융상품에 따라 다시 네 집단으로 구분하여 각 소비자 집단의 인구통계학적 특성과 재무적 특성을 구체적으로 비교분석한 결과이다. 해당 분석에서는 분석방법의 한계 상 1순위로 선택한 상품을 기준으로 소외집단을 분류하였다.

먼저, 금융상품에 따라 분류한 소외 집단의 인구통계학적 특성과 재무적 특성에서는 앞선 분석과 유사하게 최종학력, 소득분위 그리고 자산 규모에서 유의미한 집단 간 차이를 보이는 것으로 나타났다. 최종학력 변수에서는 고졸 이하의 학력을 가진 비율이 예금성 상품 소외 집단에서 35.9%로 다른 집단보다 높았으며 대출성 상품 소외 집단에서 가장 낮았다. 소득분위 변수로 보면 투자성 상품 소외 집단이 소득 1분위와 2분위의 비중이 약 69%로 나타나 가장 높은 수치를 기록하였고, 대출성 상품 소외 집단이 소득 3분위와 4분위의 비중이 약 53%로 각 집단 내에서 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 경향은 자산 규모에서도 동일하게 나타났다. 투자성 상품 소외집단의 자산이 2억 2천으로 가장 적었으며, 미경험 집단이 3억 8천으로 가장 높고 대출성 상품 소외 집단이 3억 6천만원의 자산을 평균적으로 보유하고 있는 결과를 보였다.

선행연구에 따르면 연령도 금융소외 경험을 특징짓는 중요한 변수로도 출된다. 일반적으로 예금성 상품의 경우 모바일 금융으로 인한 비대면 계좌 개설 수요 증가에 따라 고령자들이 금융소외를 경험할 확률이 높고, 투자성 상품은 자본금 부족과 거래 경험 부족으로 인하여 연령이 낮은 집단이 금융소외를 경험할 수 있다. 한편, 보장성 상품은 가입 조건의 측면에서 중고령자의 가입제한이 있을 수 있다. 본 연구의 결과 역시 각 집단 별로 유사한 경향성을 보이고 있으나 통계적으로 유의하지 않았다.



<표 4-9> 금융상품 특성별 응답자의 인구통계학적 및 재무적 특성

특성	구분	금융소외 경험				금융소외 미경험	$\chi^2/F$
		예금성	투자성	보장성	대출성		
성별	남성	19 (48.7)	82 (44.8)	47 (52.8)	18 (50.0)	101 (56.4)	5.114
	여성	20 (49.2)	101 (55.2)	42 (47.2)	18 (50.0)	78 (43.6)	
연령	20대	4 (10.3)	44 (24.0)	11 (12.4)	3 (8.3)	36 (20.1)	17.809
	30대	9 (23.1)	33 (18.0)	19 (21.3)	9 (25.0)	36 (20.1)	
	40대	8 (20.5)	37 (20.2)	26 (29.2)	8 (22.2)	44 (24.6)	
	50대	10 (25.6)	46 (25.1)	15 (16.9)	10 (27.8)	39 (21.8)	
	60대	8 (20.5)	23 (12.6)	18 (20.2)	6 (16.7)	24 (13.4)	
최종 학력	고졸 이하	14 (35.9)	50 (27.3)	23 (25.8)	4 (11.1)	39 (21.8)	15.836*
	대졸 이하	22 (56.4)	123 (67.2)	58 (65.2)	29 (80.6)	114 (63.7)	
	대학원 이상	3 (7.7)	10 (5.5)	8 (9.0)	3 (8.3)	26 (14.5)	
거주지	수도권	21 (53.8)	77 (42.1)	36 (40.4)	16 (44.4)	82 (45.8)	3.837
	광역시	11 (28.2)	50 (27.3)	25 (28.1)	10 (27.8)	44 (24.6)	
	도 단위	7 (17.9)	56 (30.6)	28 (31.5)	10 (27.8)	53 (29.6)	
소득 분위	1분위	17 (13.6)	70 (38.3)	33 (37.1)	9 (25.0)	54 (30.2)	21.742*
	2분위	13 (33.3)	56 (30.6)	19 (21.3)	8 (22.2)	36 (20.1)	
	3분위	3 (7.7)	25 (13.7)	15 (16.9)	8 (22.2)	38 (21.2)	
	4분위	6 (15.4)	32 (17.5)	22 (24.7)	11 (30.6)	51 (41.5)	
자산	평균 (만원)	2억 5천 <sup>ab</sup>	2억 2천 <sup>a</sup>	2억 7천 <sup>ab</sup>	3억 6천 <sup>ab</sup>	3억 8천 <sup>b</sup>	4.681***
부채	평균 (만원)	6870	5240	2952	5574	4914	1.063
전체		39	183	89	36	179	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

앞 분석과 동일한 형태로 추가적으로 <표 4-10>에서는 위 두 특성을 제외한 소비자의 금융거래 관련 특성을 살펴보기로 한다. 금융상품의 특성에 따라 구분한 집단 별로 위험수용성향, 주관적 금융거래역량과 금융지식, 금융행동, 금융태도로 구분한 금융이해력 수준을 세부적으로 살펴 보았다.

위험수용성향은 점수가 낮아질수록 위험을 감수하는 성향을 나타내는데, 대출성 소외 집단이 다른 집단과 비교하여 뚜렷하게 위험을 선호하는 특징을 보였다.

주관적 금융거래역량은 소비자가 금융거래를 스스로 잘 할 수 있다고 믿는 수준인 자신감과 금융거래에 필요한 정보를 스스로 탐색할 수 있는 주관적인 능력을 의미한다. 예금성 소외 집단의 경우 자신감은 5점 만점 중 평균 2.54점, 정보탐색은 3.05점으로 다른 집단과 비교하여 뚜렷하게 낮은 주관적 금융거래 역량을 가지고 있었다. 반면, 대출성 소외 집단의 경우 자신감 요인은 5점 만점 중 3.31로 가장 높았으며, 집단 간 차이는 존재하지 않으나 정보탐색의 요인에서도 3.64점으로 스스로 정보탐색과 금융거래를 잘 할 수 있다고 믿는 수준이 다른 집단과 비교하여 가장 높은 것으로 나타났다.

금융이해력은 금융지식, 금융행동, 금융태도로 구성되어 측정하였다. 금융활동에 필요한 지식수준을 측정하는 금융지식 변수는 통계적으로 유의하지 않았으나 보장성 상품의 소외 집단의 점수가 10점 만점 중 7점으로 가장 높았고 다른 집단은 모두 6점대 중후반에 머무르는 결과를 보였다. 실천 수준을 나타내는 금융행동 변수는 예금성 상품의 소외 집단이 5점 만점 중 3.38점으로 절대적으로는 중간 이상의 점수를 기록하였으나 다른 집단과 비교하였을 때 평소에 재무 관리를 위해 실천할 수 있는 여러 습관을 형성하기 위한 노력이 꾸준히 요구된다고 할 수 있다. 마지막으로 금융활동을 하는데 가지고 있는 개인의 긍정적 혹은 부정적 생각을 측정하는 금융태도 변수의 경우 대출성 상품의 소외 집단의 점수가 5점 만점 중 2.28로 가장 낮고 투자성, 보장성, 예금성 상품 순으로 높은 점수를 기록하였다.

<표 4-10> 금융상품 특성별 응답자의 금융거래 특성

		금융소외 경험				금융 소외 미경험	F
		예금성	투자성	보장성	대출성		
위험수용성향		3.08 <sup>b</sup>	3.12 <sup>b</sup>	3.18 <sup>b</sup>	2.72 <sup>a</sup>	2.94 <sup>ab</sup>	2.58 <sup>*</sup>
주관적 금융거래 역량	자신감	2.54 <sup>a</sup>	2.88 <sup>b</sup>	2.80 <sup>ab</sup>	3.31 <sup>c</sup>	2.97 <sup>b</sup>	4.78 <sup>***</sup>
	정보탐색	3.05 <sup>a</sup>	3.49 <sup>b</sup>	3.43 <sup>b</sup>	3.64 <sup>b</sup>	3.54 <sup>b</sup>	3.18 <sup>**</sup>
	평균	2.79 <sup>a</sup>	3.19 <sup>b</sup>	3.11 <sup>b</sup>	3.47 <sup>c</sup>	3.25 <sup>bc</sup>	4.65 <sup>***</sup>
금융 이해력	금융지식	6.44	6.89	7.03	6.75	6.74	1.01
	금융행동	3.38 <sup>a</sup>	3.71 <sup>b</sup>	3.62 <sup>b</sup>	3.76 <sup>b</sup>	3.71 <sup>b</sup>	3.23 <sup>**</sup>
	금융태도	3.31	3.43	3.35	2.28	3.34	1.10
주관적 기술 사용역량	인터넷	3.05 <sup>a</sup>	3.38 <sup>b</sup>	3.38 <sup>b</sup>	3.61 <sup>b</sup>	3.49 <sup>b</sup>	2.48 <sup>*</sup>
	모바일	2.85 <sup>a</sup>	3.42 <sup>b</sup>	3.37 <sup>b</sup>	3.69 <sup>b</sup>	3.37 <sup>b</sup>	4.43 <sup>***</sup>
기술 사용역량	인터넷	3.68 <sup>a</sup>	3.97 <sup>b</sup>	4.05 <sup>b</sup>	4.13 <sup>b</sup>	4.10 <sup>b</sup>	2.84 <sup>**</sup>
	모바일	3.87 <sup>a</sup>	4.16 <sup>b</sup>	4.25 <sup>b</sup>	4.25 <sup>b</sup>	4.18 <sup>b</sup>	2.25 <sup>*</sup>

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

### 3) 거래채널별 금융소외의 차이

거래채널에 따라 금융소외 집단을 구분하여 각 집단의 특성을 살펴본 표는 <표 4-11>과 <표 4-12>에 제시하였다. 해당 분석에서 역시 분석 방법의 한계 상 1순위로 선택한 상품을 기준으로 소외집단을 분류하였다. 먼저 인구통계학적 특성과 재무적 특성을 통해 대면 거래, 인터넷 거래, 모바일 거래 소외 집단의 각 특성을 살펴본 결과, 성별과 자산 요인이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 대면 거래와 모바일 거래 상에서 소외를 경험하는 집단에서는 여성이 집단 내 약 56%로 남성보다 높은 비율을 보인 반면, 인터넷 거래에서 소외를 경험하는 집단은 남성이 56%를 차지하는 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하였던 자산 변수의 경우 채널에 따른 집단 내에서는 평균 2억 4천만원 정도의 자산 규모로 집단 간 차이가 존재하지 않았으나, 소외를 경험하지 않은 집단의 자산이 평균 3억 8천만원이라는 수준과 비교하였을 때, 전반적으로 자산 규모가 작음을 알 수 있다.

인구통계학적 특성과 재무적 특성 이외에 거래 관련 특성에 따라 각 집단의 특성을 살펴본 결과에서는 모바일 거래 상 소외 집단의 특성이 뚜렷하게 나타났다. 모바일 거래에서 소외를 경험하는 소비자들은 통계적으로 유의하지는 않았으나 금융거래 과정에서 자신감과 주관적인 정보 탐색 역량 수준이 가장 높은 것으로 나타난 반면, 평균적인 수준의 위험을 선호하는 성향을 보유하고 있다. 한편, 주관적 및 객관적 차원의 기술 사용역량에 대한 결과에서도 모바일 거래 상 소외 집단이 인터넷과 모바일 사용역량 모두 다른 집단에 비하여 높은 수준이었다. 기술사용역량에서 대면 거래 상 소외 집단은 주관적 및 객관적 인터넷 사용역량이 3.27점과 3.88점으로 가장 낮은 점수를 기록하였고, 해당 결과는 통계적으로도 유의하여 대면 거래 과정에서 금융소외를 경험하는 소비자들은 추후 금융시장에서 비대면 거래 비중이 확대될 때 기술사용 역량의 부족으로 인한 또다른 차원의 소외 문제에 직면할 수 가능성이 있음을 생각해볼 수 있다.

<표 4-11> 거래채널별 응답자의 인구통계학적 및 재무적 특성

특성	구분	금융소외 경험			금융소외 미경험	$\chi^2/F$
		대면거래	인터넷 거래	모바일 거래		
성별	남성	64 (43.8)	64 (56.1)	38 (43.7)	101 (56.4)	8.165*
	여성	82 (56.2)	50 (43.9)	49 (56.3)	78 (43.6)	
연령	20대	28 (19.2)	18 (15.8)	16 (18.4)	36 (20.1)	4.331
	30대	29 (19.9)	25 (21.9)	16 (18.4)	36 (20.1)	
	40대	30 (20.5)	28 (24.6)	21 (24.1)	44 (24.6)	
	50대	34 (23.3)	29 (25.4)	18 (20.7)	39 (21.8)	
	60대	25 (17.1)	14 (12.3)	16 (18.4)	24 (13.4)	
최종 학력	고졸 이하	37 (25.3)	31 (27.2)	23 (26.4)	39 (21.8)	11.317
	대졸 이하	101 (69.2)	71 (62.3)	60 (69.0)	114 (63.7)	
	대학원 이상	8 (5.5)	12 (10.5)	4 (4.6)	26 (14.5)	
거주지	수도권	27 (18.5)	22 (19.3)	15 (17.2)	46 (25.7)	6.487
	광역시	46 (31.5)	30 (26.3)	20 (23.0)	44 (24.6)	
	도 단위	73 (50.0)	62 (54.4)	52 (59.8)	89 (49.7)	
소득 분위	1분위	49 (33.6)	44 (38.6)	36 (41.4)	54 (30.2)	15.726
	2분위	42 (28.8)	31 (27.2)	23 (26.4)	36 (20.1)	
	3분위	26 (17.8)	18 (15.8)	7 (8.0)	38 (21.2)	
	4분위	29 (19.9)	21 (18.4)	21 (24.1)	51 (28.5)	
자산	평균 (만원)	2억 4천 <sup>a</sup>	2억 6천 <sup>a</sup>	2억 4천 <sup>a</sup>	3억 8천 <sup>b</sup>	4.694**
부채	평균 (만원)	4323	5056	5549	4914	.235
전체		146	114	87	179	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

<표 4-12> 거래채널별 응답자의 금융거래 특성

		금융소외 경험			금융 소외 미경험	F
		대면거래	인터넷 거래	모바일 거래		
위험수용성향		3.17	3.05	2.99	2.94	1.857
주관적 금융거래 역량	자신감	2.84	2.84	2.94	2.97	.936
	정보탐색	3.43	3.41	3.51	3.54	.736
	평균	3.13	3.13	3.22	3.25	1.034
금융 이해력	금융지식	6.87	6.87	6.83	6.74	.191
	금융행동	3.71	3.56	3.70	3.71	1.952
	금융태도	3.37	3.38	3.40	3.34	.259
주관적 기술사용 역량	인터넷	3.27 <sup>a</sup>	3.33 <sup>a</sup>	3.59 <sup>b</sup>	3.49 <sup>ab</sup>	3.173*
	모바일	3.35	3.25	3.56	3.37	1.869
기술사용 역량	인터넷	3.88 <sup>a</sup>	3.98 <sup>ab</sup>	4.12 <sup>b</sup>	4.10 <sup>b</sup>	2.687*
	모바일	4.14	4.10	4.27	4.18	1.062

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

## 제 2 절 금융소외의 영향요인

### 1) 금융소외의 영향요인: 금융소외 여부

금융소외 여부에 영향을 미치는 요인들을 도출하기 위하여 금융소외 여부를 종속변수로 하는 이항 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 모형은 적합하였고, 독립변수는 종속변수에 총 27.6% 설명력을 가졌다. 금융소외를 경험하는 집단과 경험하지 않는 집단에 대해 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 74.1%로 나타났다.

우리나라 금융시장에서 소외 여부에 영향을 미치는 요인은 학력, 자가 소유여부, 금융이해력, 금융거래에 대한 비용부담감과 지속적 거래에 대한 자신감 결여, 금융상품 선택에 대한 혼란으로 나타났다. 대졸인 사람들을 기준으로 하여 대학원 이상의 학력을 소유한 사람들과 재무관리 행동을 잘 하는 사람일수록 금융소외를 경험하는 집단에 속할 가능성이 낮은 것으로 나타났다. 반면, 자가를 소유한 사람들에 비해 전/월세 혹은 기숙사와 같은 형태로 거주하고 있는 경우 금융소외 집단에 속할 가능성이 높았다. 금융이해력 중 금융태도 수준이 높을수록 금융소외 집단에 속할 가능성이 높은 결과를 보였는데, 이는 장기적인 시각에서 위험에 더 미리 대비를 하려는 성향을 가진 사람들이 금융소외 집단에 속할 가능성이 높다고 할 수 있다. 같은 맥락에서 개인 심리적 차원의 변수 중 금융거래 시 가입 및 유지비용에 대한 부담감이 높거나 지속적인 거래를 하기 위한 자신감의 수준이 낮을수록 금융소외를 경험할 가능성이 높아진다는 결과가 도출되었다. 금융상품의 특성 상 보험, 대출과 같이 장기에 걸쳐 꾸준한 거래를 해야 하는 상품의 경우 소비자들이 지속적으로 거래를 할 수 있는 역량과 심리적인 안정감이 요구된다고 할 수 있겠다. 한편, 금융상품의 특성 변수 중 시장에서 유사한 금융상품이 너무 많아 자신에게 적합한 상품을 찾는 데 어려움을 겪을수록 금융소외를 경험할 가능성이 높다는 결과는 소비자들이 자신에게 적합한 상품이 무엇인지 알 수 있도록 소비자 및 금융회사의 노력이 필요하다는 점을 시사한다.

<표 4-13> 금융소외의 영향요인

		금융소외=1	
		B	Exp(B)
인구 통계학적 특성	성별(남성)	.223	1.250
	연령	.013	1.013
	학력(대졸)		
	고졸 이하	.002	1.002
	대학원 이상	-.908**	.403
재무적 특성	자가 소유여부(자가)	.655***	1.926
	ln자산	.012	1.012
	ln월소득	-.017	.983
금융 이해력	금융지식	.080	1.083
	금융행동	-.459**	.632
	금융태도	.569**	1.767
주관적 금융거래역량		.016	1.016
개인심리적 차원	금융거래 비용부담감	.659***	1.933
	금융회사에 대한 불신	-.280*	.756
	지속적 거래 자신감 결여	.525***	1.691
금융상품의 특성	금융상품의 복잡성	.077	1.080
	금융상품 선택 혼란	.304*	1.355
거래 환경 차원	준거집단의 부정적 인식	.172	1.187
상수		-5.825	.003
-2로그우도		557.410	
Model $\chi^2$		117.171***	
Nagelkerke $R^2$		.276	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001



## 2) 금융소외의 영향요인: 금융상품 특성별 금융소외 여부

앞서 금융소외에 영향을 미치는 요인을 살펴보았으나, 금융소외는 금융상품의 특성에 따라 영향을 미치는 요인들이 상이할 가능성이 있다. 따라서 금융상품을 특성별로 분류한 네 집단에 속하는 금융소비자들을 대상으로 각각 이항 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

먼저, 예금성 상품에서 소외를 경험할 확률에 대한 분석 결과, 모형 자체는 유의하였고 약 18.9%의 설명력을 가지는 것으로 나타났다. 예금성 상품에서 금융소외를 경험하는 집단과 경험하지 않는 집단에 대해 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 86.9%로 나타났다. 연령, 월소득, 금융이해력 중 금융행동, 준거집단의 부정적 인식이 통계적으로 유의하였다. 즉, 연령이 높을수록 예금성 상품에서 금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성이 높아진다. 반면, 월소득이 높을수록, 금융거래 의사결정에 관련한 행동을 잘하고 있을수록, 준거집단이 예금성 상품에 대해 부정적으로 인식할수록 금융소외 집단에 속할 가능성이 낮아진다.

투자성 상품에서 금융소외 집단에 속할 확률에 대한 분석 결과, 모형 자체는 유의하였고 약 18.7%의 설명력을 가지는 것으로 나타났고, 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 63.7%로 나타났다. 학력, 금융이해력 중 금융태도, 개인 심리적 차원 중 금융거래 비용에 대한 부담감, 금융회사에 대한 불신, 지속적인 거래자신감의 결여, 금융상품의 특성 중 유사 상품으로 인한 선택의 혼란, 마지막으로, 준거집단의 부정적 인식 변수가 통계적으로 유의하였다. 학력이 대졸인 집단을 기준으로 할 때 대학원 이상의 학력을 가진 사람들은 투자성 상품에서 금융소외를 경험할 가능성이 낮아졌다. 금융이해력 중 재무관리에 대한 태도가 바람직할수록 금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성이 높아지는 것으로 나타났다는데, 이는 소외 경험 여부에서 설명했던 것처럼 장기적인 관점에서 지속적인 금융거래를 하는데 있어 금융소외를 경험할 확률이 높아지기 때문인 것으로 보인다. 개인 심리적 차원에서는 소비자들은 금융상품을 가입하고 유지하는데 드는 비용에 대해 부담감을 느끼거나 지속적인 거

래를 하는데 자신감이 결여되어 있을수록 금융소외를 경험할 가능성이 높아지는 것으로 나타났다. 반면, 금융회사에 대한 불신 수준이 높을수록 금융소외를 경험하는 집단에 속할 가능성이 낮아지는 결과는 소비자들이 투자성 상품을 이용하는데 있어 금융상품 이용 시 금융회사에 의존하기 보다는 보다 주체적으로 정보를 탐색하고 가입하려는 노력이 불신으로 인해 수반될 가능성에서 짐작해볼 수 있다. 금융상품의 특성 중 비슷한 금융상품이 너무 많아 적합한 상품을 선택하는데 어려움을 겪을수록 금융소외 집단에 속할 가능성이 높아졌다. 한편, 준거집단이 투자성 상품을 부정적으로 인식할 경향이 높을수록 금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성 역시 증가하는 것으로 나타났다.

보장성 상품에서 소외를 경험할 확률에 대한 분석 결과, 모형 자체는 유의하였고 약 13.3%의 설명력을 가지는 것으로 나타났다. 보장성 상품에서 금융소외를 경험하는 집단과 경험하지 않는 집단에 대해 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 72.2%로 나타났다. 연령, 학력, 거주상태, 금융거래에 대한 비용부담감, 금융상품 선택 혼란이 통계적으로 유의하였다. 연령이 높을수록, 거주상태가 자가에 비해 전/월세 형태일수록 금융소외를 경험할 집단에 속할 확률이 높았다. 반면, 보장성 상품을 가입하고 유지하는 비용에 대한 부담감이 높을수록, 유사한 금융상품들 중 적합한 상품을 찾는 데 어려움을 겪을수록 금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성이 높아졌다.

대출성 상품에서 소외를 경험할 집단에 속할 확률에 대한 분석 결과, 모형 자체는 유의하였고 설명력은 약 12.1%로 나타났고, 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 85.9%로 나타났다. 학력, 자가소유여부, 주관적금융거래역량, 지속적인 거래에 대한 자신감 결여, 준거집단의 부정적 인식이 통계적으로 유의하였다. 자가 소유에 비해 전/월세 형태로 거주하는 집단인 경우와 주관적으로 금융거래를 스스로 잘할 수 있다고 생각할수록 대출성 상품에서 금융소외를 경험할 집단에 속할 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 소비자들은 지속적인 거래를 하는데 있어 자신감이 결여될수록, 대출성 상품에 대한 준거집단의 인식이 부정적일수록

금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성 역시 증가하였다. 반면, 보장성 상품과 마찬가지로 학력 변수의 경우 대학원 이상의 학력을 보유한 사람이 대출자들에 비해 금융소외 집단에 속할 가능성이 낮아지는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 통해 금융소외는 금융소비자가 가지고 있는 특성 뿐만 아니라 금융상품의 고유한 특성을 반영하여 나타난다는 점을 도출할 수 있었다. 다른 상품군에 비해 상품의 구조가 비교적 단순한 예금성 상품에서 소외를 당하는 집단은 평소에 재무관리와 관련한 행동을 얼마만큼 잘 실천하느냐에 따라 금융소외 여부가 영향을 받은 반면, 대출성 상품의 경우 금융활동에 필요한 금융소비자들의 역량 수준이 비교적 높음에도 불구하고 외부적인 거래 환경 요인에 의해 금융소외 집단에 속할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 한편, 투자성 상품과 보장성 상품에서의 금융소외는 금융상품의 구조와 가입 기간과 같은 금융상품의 특성이 영향을 미치는 결과를 보였다.

<표 4-14> 금융상품 특성별 금융소외의 영향요인

		예금성 상품		투자성 상품	
		B	Exp(B)	B	Exp(B)
인구 통계학적 특성	성별(남성)	.186	1.205	.197	1.218
	연령	.059***	1.060	.005	1.005
	학력(대졸)				
	고졸이하	.104	1.110	.046	1.047
	대학원 이상	-.828	.437	-.863**	.422
재무적 특성	자가소유(자가)	.499	1.647	.159	1.172
	ln자산	-.040	.961	-.017	.983
	ln월소득	-.295**	.745	.046	1.047
금융 이해력	금융지식	-.035	.966	.052	1.054
	금융행동	-.620**	.538	-.238	.788
	금융태도	.220	1.246	.493**	1.637
주관적 금융거래역량		-.133	.876	.067	1.070
개인심리적 차원	금융거래 비용에 대한 부담감	-.017	.983	.273**	1.314
	금융회사에 대한 불신	.002	1.002	-.301**	.740
	지속적인 거래 자신감 결여	.039	1.040	.384***	1.468
금융상품의 특성	금융상품의 복잡성	-.170	.844	.216	1.241
	금융상품 선택 혼란	.276	1.318	.359***	1.431
거래 환경 차원	준거집단의 부정적 인식	-.452**	.637	.277**	1.319
상수		.452	1.571	-5.984**	.003
-2Log우도		368.756		643.882	
Model $\chi^2$		58.570***		79.335***	
Nagelkerke $R^2$		.189		.187	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

<표 4-14> 금융상품 특성별 금융소외의 영향요인 (계속)

		보장성 상품		대출성 상품	
		B	Exp(B)	B	Exp(B)
인구 통계학적 특성	성별(남성)	-.132	.876	.428	1.534
	연령	.023**	1.024	-.002	.998
	학력(대졸)				
	고졸이하	-.127	.881	-.138	.871
	대학원 이상	-.980**	.375	-1.072*	.342
재무적 특성	자가소유(자가)	.714***	2.042	.751**	2.120
	ln자산	-.032	.969	.036	1.037
	ln월소득	-.048	.953	.127	1.135
금융 이해력	금융지식	.031	1.031	-.015	.985
	금융행동	-.091	.913	-.125	.882
	금융태도	.037	1.037	-.084	.919
주관적 금융거래역량		.193	1.213	.652***	1.920
개인심리적 차원	금융거래 비용에 대한 부담감	.464***	1.590	.171	1.187
	금융회사에 대한 불신	-.170	.843	.071	1.073
	지속적인 거래 자신감 결여	.173	1.189	.389*	1.476
금융상품의 특성	금융상품의 복잡성	-.179	.836	-.264	.768
	금융상품 선택 혼란	.384**	1.468	-.105	.900
거래 환경 차원	준거집단의 부정적 인식	-.004	.996	.343***	1.409
상수		-4.171**	.015	-6.701**	.001
-2Log우도		574.035		393.941	
Model $\chi^2$		51.107***		36.989***	
Nagelkerke $R^2$		.133		.121	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

### 3) 금융소외의 영향요인: 거래채널별 금융소외 여부

기술과 결합한 비대면 거래의 증가로 금융소외는 더 이상 금융상품의 특성에서만 기인하지 않는다. 이에 따라 금융소외를 경험하는 집단을 거래채널로 세분하여 각각의 거래채널에 따라 금융소외 집단에 속할 확률을 증가시키는 요인이 무엇인지 도출해보고자 한다.

거래채널은 대면 거래와 인터넷을 이용한 거래, 스마트폰을 이용한 모바일 거래로 구분하여 각 집단에 속한 소비자를 대상으로 각각 이항로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

먼저, 대면 거래 과정에서 금융소외 집단에 속할 확률에 대한 분석 결과 모형 자체는 유의하였고 약 21.7%의 설명력을 가지는 것으로 나타났다. 대면 거래 과정에서 금융소외를 경험하는 집단과 경험하지 않는 집단에 대해 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 66.5%로 나타났다. 자가 소유 여부, 금융이해력 중 금융행동과 태도, 금융상품 가입 및 거래비용에 대한 부담감과 지속적인 거래에 대한 자신감 결여, 준거 집단의 부정적 인식 변수가 통계적으로 유의하였다. 거주상태가 자가보다 전/월세인 경우, 재무관리에 대한 금융태도가 바람직할수록, 금융거래에 대한 비용 부담감이 높을수록, 지속적인 거래에 대한 자신감이 결여되어 있을수록, 준거집단이 대면 거래에 대해 부정적인 인식을 가지고 있을수록 금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성이 증가하였다. 반면, 재무관리와 관련한 바람직한 행동을 잘하고 있을수록 금융소외 경험집단에 속할 가능성이 감소하였다.

인터넷 기반 거래 과정에서 금융소외 집단에 속할 확률에 대한 분석 결과 모형 자체는 유의하였고, 약 19.0%의 설명력을 보였다. 인터넷 거래 과정에서 금융소외를 경험하는 집단과 경험하지 않는 집단에 대해 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 65.9%로 나타났다. 자가 소유 여부, 금융이해력 중 금융태도, 개인 심리적 차원 중 금융거래 비용에 대한 부담감, 지속적인 거래 자신감 결여, 금융상품의 특성 중 금융상품 선택 혼란, 그리고 준거집단의 부정적 인식 변수, 모바일 사용역량 중 모바

일 거래 자신감이 정적인 영향을 가지는 것으로 나타났다. 반면, 금융이해력 중 금융행동 변수는 종속변수에 부적인 영향력을 미치는 것으로 나타나 평소 효과적인 재무관리에 필요한 행동을 잘 실천한다면 금융소외 집단에 속할 확률 역시 낮아진다는 결과를 도출할 수 있었다. 자가보다 전/월세 상태로 거주하는 경우, 재무관리에 대한 태도가 바람직할수록, 금융상품을 가입하고 유지할 비용에 대한 부담감이 클수록, 지속적인 거래에 대한 자신감이 결여되어 있을수록, 유사한 금융상품들 중에서 적합한 금융상품을 찾는데 어려움을 겪을수록, 인터넷 거래에 대한 준거집단의 인식이 부정적일수록 금융소외를 경험할 집단에 속할 확률이 증가하였다. 인터넷 거래와 모바일 거래 분석에 추가된 변수인 인터넷사용역량과 모바일사용역량 변수 중 모바일 거래 자신감도 금융소외 경험 여부에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

마지막으로 모바일 거래 상에서 금융소외 집단에 속할 확률에 대한 분석 결과 모형 자체는 유의하였고 약 20.9%의 설명력을 가졌다. 모바일 거래 과정에서 금융소외를 경험하는 집단과 경험하지 않는 집단에 대해 관측치와 예측치의 차이에 대한 분류 정확도는 66.9%로 나타났다. 연령, 자가소유여부, 금융이해력 중 금융행동, 금융거래 비용에 대한 부담감, 금융회사에 대한 불신, 지속적인 거래 자신감 결여, 모바일 거래에 대한 준거집단의 부정적 인식, 금융상품의 특성 중 유사한 금융상품으로 인한 선택 혼란, 모바일 거래 자신감 변수가 통계적으로 유의하였다. 인터넷 거래와 동일하게 자가보다 전/월세 상태로 거주하는 경우, 모바일 거래에 대한 자신감이 높을수록 금융소외 집단에 속할 가능성이 증가하였다. 금융행동을 잘하고 있을수록 금융소외 집단에 속할 확률이 감소하는 결과는 앞선 인터넷 거래 상의 금융소외와 마찬가지로 금융소외를 경험하지 않기 위해서는 평소에 바람직한 재무관리 행동을 실천하고 습관화시킬 필요가 있다는 점을 보여준다. 모바일 거래의 경우 연령이 증가하면 금융소외를 경험할 집단에 속할 가능성이 높아지는 것으로 나타났는데, 이는 모바일 기기를 사용하여 금융거래를 해야 하는 거래의 특성 상, 기술 수용과 관련하여 유의한 변수로 도출되었을 가능성이 있다.

이상의 결과를 종합해보면 대면 거래, 인터넷 거래, 모바일 거래로 구분한 세 집단이 금융소외를 경험하는데 영향을 미치는 요인은 대체로 유사한 것으로 나타났다. 그러나 모바일 거래에서는 연령 변수가, 인터넷 거래와 모바일 거래에서는 모바일 거래 자신감 변수가 금융소외 여부에 정적인 영향을 미치는 결과를 고려하면 대면거래와 비대면 거래로 크게 구분하였을 때 금융시장에서 기술사용에 의한 금융소외가 발생하고 있음을 짐작케 해주었다. 한편, 비대면 거래 두 집단의 금융소외 여부에 금융상품 선택 혼란 변수가 정적인 영향을 미치는 결과는 금융소비자들이 인터넷과 모바일 기기 상에서 유사한 여러 금융상품을 탐색하는 과정에서 스스로 적절한 상품을 선택하는데 어려움을 겪고 있다는 점을 보여주었다.



<표 4-15> 거래채널별 금융소외의 영향요인

		대면 거래		인터넷 거래		모바일 거래	
		B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
인구 통계학적 특성	성별(남성)	.200	1.221	.021	1.021	.207	1.230
	연령	.006	1.006	.013	1.013	.019*	1.019
	학력(대졸)						
	고졸 이하	.089	1.094	-.028	.972	.027	1.028
	대학원 이상	-.441	.644	-.304	.738	-.429	.651
재무적 특성	자가소유(자가)	.557**	1.745	.565**	1.760	.593**	1.809
	ln자산	.015	1.015	-.015	.985	-.003	.997
	ln월소득	-.063	.939	-.023	.978	-.007	.993
금융 이해력	금융지식	.050	1.051	.035	1.036	.014	1.014
	금융행동	-.425*	.654	-.377*	.686	-.473**	.623
	금융태도	.527**	1.693	.447*	1.564	.264	1.302
주관적 금융거래역량		-.023	.978	-.121	.886	.242	1.274

개인심리적 차원	금융거래 비용에 대한 부담감	.609***	1.839	.445***	1.560	.347**	1.414
	금융회사에 대한 불신	-.179	.836	-.126	.881	-.423***	.655
	지속적인 거래 자신감 결여	.308**	1.360	.295*	1.343	.521***	1.683
금융상품의 특성 차원	금융상품의 복잡성	.036	1.037	-.006	.994	-.041	.960
	금융상품 선택 혼란	.201	1.222	.341**	1.406	.360**	1.433
거래 환경 차원	준거집단의 부정적 인식	.289**	1.335	.295**	1.343	.409***	1.505
인터넷 사용역량	인터넷 거래 자신감			-.268	.765	-.394	.674
	인터넷사용능력			.434	1.544	.446	1.562
모바일 사용역량	모바일 거래 자신감			.020*	1.020	.224*	1.251
	모바일사용능력			-.047	.954	-.090	.914
상수		-4.776	.008	-4.602	.010	-5.661	.003
-2Log우도		630.703		642.915		638.235	
Model $\chi^2$		92.934***		80.676***		89.415***	
Nagelkerke $R^2$		.217		.190		.209	

\*p<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001

## 제 5 장 결론 및 제언

금융시장은 과거에 비해 점점 더 빠른 속도로 복잡다양해지고 소비자들은 저출산·고령화와 같이 변화하는 사회 환경에서 보다 높은 삶의 질을 추구하기 위해 금융상품과 서비스를 적극적으로 이용해야 할 필요성이 높아지고 있다. 그러나 금융시장에서 소비자들은 금융회사의 이익 중심의 영업 행태와 복잡한 상품구조, 금융소비자의 낮은 금융이해력 등의 문제로 금융상품을 이용할 의사가 있음에도 불구하고 금융시장에 진입하지 못하거나, 진입을 하더라도 피해를 경험하는 다양한 문제가 발생하였다. 이는 금융포용에 대한 국내외적인 관심 증가로 이어졌으며 최근 금융포용을 위한 대안들이 사회에서 다각도로 모색되고 있다. 본 연구는 궁극적인 금융포용을 달성하기 위해서 가장 기초적인 작업으로 우리나라 금융시장에서 발생하는 금융소외의 양상과 경험자의 특성, 그리고 금융소외의 원인을 탐색적으로 살펴보고자 하였다.

아직까지 국내에서 금융소외에 대한 실증적인 연구가 미비하고 개념 자체도 연구에 따라 상이하다는 점을 고려하여 본 연구에서는 금융소외의 개념을 포괄적으로 정의하였다. 즉, European Commission(2008)를 참고하여 ‘소비자가 금융시장에서 필요로 하는 금융상품에 접근하지 못하고 가입이 좌절되어 금융거래 상의 니즈를 충족시킬 수 없는 문제가 발생하는 과정’으로 정의하였다. 즉, 금융소비자가 1) 해당 금융상품을 인지하고 2) 가입을 할 의사가 과거나 현재에 있지만 3) 가입을 거절당하였거나 특정 이유로 인하여 최종적으로 가입을 하지 못한 상황을 의미한다. 이에 따라 세 가지 기준을 차례로 적용하여 금융소외 집단을 도출하고 본 연구의 연구목적을 달성하기 위해 설문조사를 수행하였으며 526명의 금융소비자의 응답을 분석한 결과, 금융소외는 기존에 협의의 범주로 한정되던 대출성 상품 이외에도 금융상품 특성과 거래채널에 따라 상이한 양상과 원인을 보인다는 결론을 내릴 수 있었다. 즉, 금융소외는 단순히 재정적 결핍 혹은 신용 사용의 제한 뿐만 아니라 개인심리적인 이

유, 금융상품의 고유한 특성, 거래환경과 같이 다양한 차원으로 인해 각 영역에서 발생하고 있었다.

본 연구에서는 전체 526명 중 약 2/3인 347명이 금융소외를 한 번이라도 경험하는 것으로 나타났다. 금융소외 경험자들은 미경험자들에 비해 평균적으로 학력이 낮은 비중이 높고, 전/월세 형태로 거주하며 소득과 자산 수준이 낮은 특성을 보였다. 그러나 해당 인구통계학적 특성과 재무적 특성과 다른 변인들을 함께 독립변수로 포함하여 소외 여부에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 학력과 자가 소유여부 이외에도 금융이해력 중 행동과 태도, 개인 심리적 차원 변인과 금융상품 선택 혼란 변수가 유의미한 영향요인으로 나타났다. 이는 금융소비자들이 금융거래에 필요한 금전적 비용의 부족에서 전적으로 금융소외를 경험하기 보다는 금융소비자들의 역량이 부족하거나 금융회사에 대한 신뢰가 충분히 높지 않다는 데서 기인한다는 것을 짐작할 수 있다.

좀 더 세부적으로 금융상품 특성의 측면인 예금성, 투자성, 보장성, 대출성 상품으로 구분하여 살펴보면 특성별로 금융소외 경험에 영향을 미치는 요인들이 상이하였다. 투자성 상품에서 응답자들의 67.7%가 금융소외를 경험하는 것으로 나타나 네 상품군 중 가장 높은 비중을 차지하였고, 뒤이어 보장성 상품(42.6%), 대출성 상품(23.6%), 예금성 상품(21.3%)로 나타났다.

예금성 상품에서 금융소외를 경험하는 소비자들은 다른 상품 집단에 비해 전반적인 금융이해력과 금융거래 상의 자신감이 낮았다. 한편, 소득과 연령이 금융소외 경험 여부에 정적인 영향을 미치는 결과로 보아 여러 금융소외의 집단 중 금융소비자 자체의 특성과 역량이 금융소외 문제를 해결하는데 가장 주목해야할 사안이라고 할 수 있었다. 2014년을 기준으로 우리나라 국민의 약 94%가 입출금 계좌를 보유하고 있는 것으로 나타났다(세계은행, 2014). 향후 비대면 계좌 개설 증가에 따라 실질적인 통장의 개념이 사라지고 통장 발급에 대한 비용이 추가된다면 추가적인 기타 금융상품을 이용하거나 소득 및 지출관리를 하는데 있어 필수적인 예금성 상품에서의 금융소외가 더욱 증가할 가능성이 있다. 따라서 금융

소외의 해소 방안을 모색하는데 있어 해당 집단을 가장 주목해야 할 것으로 판단된다. 선행연구에서도 예금 상품에서 소외를 경험하는 사람들은 계좌를 이용한 다른 부차적인 금융거래에 어려움을 겪을 가능성이 높으므로 가장 취약한 집단이라고 지목한 점을 참고할 필요가 있다 (Devlin, 2009).

투자성 상품과 보장성 상품은 가입 및 유지비용에 대한 부담과 유사한 상품으로 인한 선택 혼란 변인이 금융소외의 원인으로 지목되었다. 동 집단의 특성 차이를 분석한 결과에서 자산 수준이 다른 두 집단에 비해 낮았으나 다변량 분석 시 다른 변수들과 함께 영향력을 분석하였을 때는 객관적인 자산 변수보다 비용에 대한 심리적인 부담감이 유의한 결과가 나타났다. 이는 절대적인 자산 수준 이외에도 소비자들이 비교적 장기적인 관점에서 가계의 재무적인 성장성을 위한 준비의 개념이 미흡하다고도 해석할 수 있다. 한편, 유사한 상품으로 인한 선택 혼란 변인은 금융소비자가 비용적인 측면을 넘어 금융상품을 구입하기를 시도하는 과정의 단계에 진입하였을 때, 유사한 금융상품이 지나치게 많으나 정보의 범람 혹은 적합한 상품을 판별할 역량이 되지 않아 금융소외를 경험한다고 볼 수 있다. 따라서 시장에서 소비자 친화적인 형태로 정보가 제공될 필요가 있으며, 소비자들도 금융시장에서 필요한 최소한의 역량을 갖추기 위한 자발적인 노력이 필요하다.

마지막으로 대출성 상품에서 소외를 경험하는 소비자들은 다른 집단과 비교하여 대학원 이상의 학력 비중이 높고 자산 규모가 가장 컸다. 또한 금융이해력과 주관적 금융거래 역량 점수 또한 가장 높은 특징적인 집단이었다. 이 집단의 금융소외에는 지속적인 거래에 대한 자신감 결여, 주관적 거래역량, 준거집단의 부정적 인식이 주요한 금융소외 원인으로 도출되었다. 대출성 상품 소외 집단의 특성에서 해당 집단이 다른 집단에 비해 금융이해력과 주관적 금융거래역량이 높다는 점을 고려하면 이 집단은 소비자 내부 요인에서 원인이 기인하기보다 준거집단의 인식이나 자격 미충족 등과 같은 외부 요인에서 금융소외의 원인을 생각해볼 수 있다. 즉, 준거집단이 대출에 대해 부정적으로 인식하기 때문에 시선을

고려하여 시도조차 하지 못하게 되거나, 혹은 대출 상품에 대해 이해하고 거래를 할 수 있다는 믿음도 있지만 담보 부족이나 신용평가 상의 이유로 인해 금융상품 계약 단계에서 금융소외를 경험할 가능성이 있을 것으로 판단된다.

한편, 거래채널의 측면에서 금융소외의 양상과 원인을 살펴보면 대면 거래와 비대면 거래의 소외 특성이 약하게나마 차이를 보였다. 대면거래 상의 소외 양상에서는 펀드 상품이 다른 거래 상 소외 빈도를 고려할 때 가장 뚜렷한 상품으로 나타났는데, 이는 투자 상품의 특성상 직접 전문가에게 조언을 받기 위해 금융회사를 방문하였을 때 여러 정보의 과부하나 유지비용에 대한 부담을 느껴 금융상품을 가입하지 못하였을 것으로 짐작된다. 비대면 거래인 인터넷 거래의 소외 양상에서는 예·적금 상품과 저축성 보험, 모바일 거래에서는 예·적금과 신용대출이 가장 특징적인 소외 상품으로 나타났다. 비대면 거래 소외 여부에 대한 영향 요인 중 금융상품에 대한 선택 혼란 변인이 유의한 결과는 소비자들이 최근 비대면 상품 가입 시 수수료 혹은 이자율과 같은 혜택을 얻기 위한 금융거래를 시도하는 과정에서 기술역량 혹은 거래역량의 부족으로 인하여 전문가의 도움 없이 적합한 상품을 선택하고 가입하는데 소외를 경험할 가능성이 있다는 점을 보여주었다. 한편, 모바일 거래 상 소외 여부에 연령이 정적인 영향을 미치는 결과는 연령이 증가함에 따라 모바일 기기 보유 비중이나 기술사용역량 수준이 감소하는 맥락에서 설명할 수 있다(디지털정보격차실태조사, 2016).

이상의 결론을 통해 소비자들은 각 상품 특성과 거래채널에서 상이한 이유로 소외를 경험하고 있다는 점을 도출하였다. 해당 결론을 바탕으로 시장의 세 주체에게 제시하고자 하는 제언은 다음과 같다. 소비자들은 금융이해력 중 금융행동이 금융소외 감소에 영향을 미친다는 점을 미루어 볼 때 예산 세우기, 정기적으로 재무상태 점검하기 등과 같이 평소 금융거래와 관련한 행동을 잘 실천해야 하며, 자신감을 증진시키거나 준거집단에 대한 의존도를 낮추기 위한 다양한 노력들을 해야 한다. 이

는 금융교육을 수강하거나 평소 금융시장에 대한 관심을 꾸준히 가지고 여러 자료를 찾아보는 등의 여러 방법을 통해 해소될 수 있다. 정부는 현재 시행하고 있는 금융교육을 활용하여 소비자들이 습득할 수 있는 적절한 수준의 정보를 쉽게 제공하고 소비자들의 거래 역량을 증진시키기 용이한 환경을 조성할 필요가 있다. 또한 대출성 상품의 경우 제도권 금융에서 자격조건이 되지 못해 소외를 당하는 집단에 대해 현재 시행하고 있는 서민금융제도에 대한 적극적인 홍보와 제도적 보완이 이루어진다면 특정 상품에서의 소외 문제를 해결하는데 일조할 수 있을 것이다. 마지막으로 금융회사는 상품특성과 거래채널에 따라 금융소외가 상이하게 나타나는 점을 고려할 때, 금융상품을 개발하고 판매할 때 타겟이 되는 집단을 선별적으로 고려할 필요가 있다. 또한 비대면 거래에서 금융소외가 채널뿐만 아니라 금융상품의 특성으로부터 영향을 받는다는 결과는 금융회사가 비대면 거래 이용 시 각종 혜택에 대한 강조를 통한 판매에만 집중하기 보다는 제한된 화면 안에서 소비자들이 스스로 정보를 찾고 상품을 선택할 수 있는 소비자 중심적인 인터페이스를 제공할 것을 제안하는 바이다.

본 연구의 한계점과 이를 통한 후속연구에 대한 제언은 다음과 같다. 첫째, 온라인 조사 방법의 한계로 인하여 선행연구에서 주목하는 금융소외 집단을 포괄적으로 살펴보지 못하였다. 선행연구에 따르면 고령자, 장애인, 외국인 이민자 집단이 금융시장에서 소외를 경험하는 집단으로 도출되었다. 온라인 조사 대행업체에서 보유하고 있는 패널의 경우 70세 이상 혹은 장애인과 같이 특수 유형의 소비자들이 존재하지 않기 때문에 이들에 대한 소외 양상과 원인을 도출하는데 어려움이 있었다. 또한 비대면 거래 상의 금융소외의 경우도 온라인 조사 패널은 상대적으로 기술사용역량이 높은 집단이기 때문에 기술사용역량이 금융소외에 미치는 영향을 명확히 판별할 수 없었다.

둘째, 설문지 구성 시 금융소외의 원인 중 공급자 차원의 원인을 측정하는 문항을 제대로 반영하지 못하였다. 금융회사로부터 기인하는 금

용소외의 원인은 본 연구에서 ‘금융상품 이용 시 자격조건이 되지 않음’과 ‘금융상품을 이용할 수 있는 수단이 없음’으로 측정하였다. 분석 결과, 전자의 경우 대출성 상품의 소외 집단에만 편중된 응답이 도출되었고, 후자의 경우 물리적 접근성의 한계를 경험하는 표본의 수가 지나치게 적어 두 문항 모두 분석에 반영하는데 한계가 존재하였다. 따라서 추후 연구에서는 이러한 점을 보완하여 보다 종합적인 금융소외의 양상과 원인을 도출할 필요가 있을 것으로 사료된다.



## 참 고 문 헌

- 강신욱, 김안나, 박능후, 김은희, 유진영 (2005), 사회적 배제의 지표개발 및 적용방안 연구. 서울: 한국보건사회연구원.
- 강신욱, 노대명, 신호성, 현영진, 김민희 (2008), 경제·사회 양극화의 현황과 대응 방안 (2 차년도): 취약계층 보호를 위한 정책 대응, 서울: 한국 보건사회연구원.
- 강지원 (2015), 금융소외계층에 대한 재정용자사업의 적절성 탐색, 사회복지 실천과 연구, 12(2), 137-170.
- 구정환, 이규복, 김석기 (2016), 국내 서민금융 현황 및 개선방안: 수요자 설문조사를 중심으로. KIF 금융분석보고서, 2016(3), 1-132.
- 김문길 (2010), 유럽의 금융소외 관련 논의와 대응 방식, 보건복지포럼, 64-78.
- 김미희, 이민아, 노세희 (2008), 사회적 통합·배제 지표 개발을 위한 연구 - 영구임대아파트 거주자를 중심으로 -, 한국주거학회, 19(6), 95-104.
- 김민정, 김은미, 광민주 (2017), 금융소외자의 다중채무현황에 따른 대출 결정행동과 부채보유 특성 및 금융서비스 요구사항에 대한 연구, Financial Planning Review, 10(2), 101-128.
- 김안나 (2007), 한국의 사회적 배제 실태에 관한 실증적 연구, 사회이론, 32, 227-256.

김정현 (2011), 소비자 재무관리역량 척도 및 지수 개발 연구, 서울대학교 박사학위논문.

김정화 (1983), E. Fromm의 사회심리학 소고: 소외를 중심으로 하여, 사회학연구, 17, 37-69.

김태완, 이태진, 김문길, 전지현 (2009), 저소득층 금융지원 실태 및 정책 방안, 한국보건사회연구원.

나혜림 (2013), 자기통제가 은퇴준비행동에 미치는 영향 연구, 서울대학교 석사학위논문

노형식 · 이순호 (2014), 금융포용의 개념과 전략과제, 금융 VIP 시리즈, 2014(05).

명승환 · 이복자 (2010), 고령자의 정보활용 행태에 관한 연구: 정보화인식을 중심으로, 한국지역정보화학회지, 13(2), 23-47.

미래창조과학부 · 한국정보화진흥원 (2016), 「2016 디지털정보격차 실태조사」.

박병현 · 최선미 (2001), 사회적 배제와 하층계급의 개념 고찰과 이들 개념들의 한국빈곤정책에의 함의, 한국사회복지학, 45, 185-219.

박선영 (2017), 핀테크 시대의 금융소비자 보호: 문제점과 검토사항, KIRI weekly (주간포커스), 411, 11-19.

박종립 (2013), 금융소비자 보호제도에 관한 법적 연구, 성균관대학교 박사학위논문.

배준식 (2013), 금융포용 (financial inclusion) 과 중앙은행, 금융법연구, 10(1), 51-87.

배준식 · 김범식 (2013), 저소득 금융소외계층을 위한 공공지원정책 연구. 서울연구원 정책과제연구보고서, 1-206.

백은영 (2013), 중고령층 금융소비자의 금융이용 현황 및 요구도 분석

송호준 · 천성용 (2017), 금융포용 (Financial Inclusion) 활동을 통한 금융 회사의 차별화 사례 연구, Financial Planning Review, 10(1), 91-124.

신유리, 김경미, 유동철, 김동기(2013), 장애인의 사회적 포함(Social Inclusion)의 개념화에 대한 이론적 고찰 - 사회적 배제에서 포함으로 -, 한국사회복지학, 65(3), 5-28.

양덕순 (2016), 금융소비자의 금융상품에 대한 정보요구도, 소비자정책교육연구, 12(1), 229-255.

양준호 · 윤호중(2013), ‘금융배제 (financial exclusion)’ 현상과 대안-서민 금융시장에 대한 ‘국가적 조정’의 필요성. 한국사회경제학회 학술대회 자료집, 1-24.

오민정 · 황윤용 (2014), 사회적 배제는 윤리적 소비행동을 감소시키는 가?. 소비자학연구, 25(4), 181-203.

윤호중 (2013), 금융배제 현상과 국가적 조정으로서의 금융포용 정책, 인천대학교 석사학위논문.

이건호 · 정찬우 (2010), 금융소외 해소를 위한 정책서민금융 개선방안,

한국금융연구원.

이재봉 (2014), 다문화가정의 금융수요와 Micro Finance를 통한 금융포용(financial inclusion)에 관한 연구, 동국대학교 석사학위논문.

이종석 (2012), 금융소외자의 개인 신용회복 지원제도에 관한 연구, 고려대학교 석사학위논문.

정찬우 (2007), 대부업제도 개선 및 금융소외계층 지원방안, 한국금융연구원, 2007(3), 1-137.

조복현 (2007), 한국의 금융배제 실태와 대응책, <신용회복과 대안금융설립을 통한 서민금융활성화 방안> 금융소외연구포럼.

조혜진 · 김민정 (2011), 은퇴기 단계에 따른 은퇴자 특성 연구, 소비문화연구, 14, 139-163.

최현자 (2010), 2010년 대학생 금융이해력 지수(FQ) 측정결과, 금융감독원.

KB금융지주경영연구소 (2013), KB daily 지식 비타민 금융소외(financial exclusion)와 국내외 현황, 13-59.

한동익 · 최현자 (2012), 금융소외가계의 부채부담에 관한 연구, Financial Planning Review, 5(4), 73-99.

허욱재 · 김난도 (2006), 소비자소외의 개념에 관한 연구, 소비자정책교육연구, 2(2), 21-43.

- Anderloni, L., & Carluccio, E. M. (2007), Access to bank accounts and payment services. In *New frontiers in banking services*, Berlin: Springer.
- Atkinson, A., McKay, S., Collard, S., & Kempson, E. (2007), Levels of financial capability in the UK. *Public Money and Management*, 27(1), 29–36.
- Bayot, B. (2013), Social, economical and financial consequences of financial exclusion. Working Paper
- Collard, S. (2007), Toward financial inclusion in the UK: Progress and challenges, *Public Money and Management*, 27(1), 13–20.
- Dev, S. M. (2006), Financial inclusion: issues and challenges. *Economic and political weekly*, 4310–4313.
- Devlin, J. F. (2005), A detailed study of financial exclusion in the UK, *Journal of Consumer Policy*, 28(1), 75–108.
- Devlin, J. F. (2009), An analysis of influences on total financial exclusion, *The Service Industries Journal*, 29(8), 1021–1036.
- European Commission (2008), Financial services provision and prevention of financial exclusion.
- Experian (2005), Financial strategy segments: The consumer classification of financial behavior, Experian Research Paper

Financial Conduct Authority (2015), Consumer research exploring experiences of financial exclusion across the UK.

---

(2017), Tackling financial exclusion: A country that works for everyone.

Financial Inclusion Centre (2009), Financial inclusion disclosure measures: Briefing by Financial Inclusion Centre, London: Financial Inclusion Centre.

Financial Service Authority (2000), In or out? Financial exclusion: a literature and research review.

First Data Corporation (2011), Meeting the Needs of the New Financial Consumer: A Snapshot of Six Customer Segments, A First Data White Paper

Global Partnership for Financial Inclusion (2017), 2017 Financial inclusion action plan.

Gross, M. B., Hogarth, J. M., & Schmeiser, M. D. (2012), Use of financial services by the unbanked and underbanked and the potential for mobile financial services adoption, Federal Reserve Bulletin, 98(4), 1-20.

Hogarth, J. M., & O'Donnell, K. H (1997), Being accountable: A descriptive study of unbanked households in the US. In Proceedings of the Association for financial counseling and planning education. 58-67.

- Kempson, E., Atkinson, A., & Pilley, O. (2004), Policy level response to financial exclusion in developed economies: lessons for developing countries, Report of Personal Finance Research Centre, University of Bristol.
- Kempson, E. & Whyley, C. (1999), Kept out or opted out?: Understanding and combating financial exclusion, Bristol: The Policy Press.
- Lewis, S., & Lindley, D. (2015), Financial inclusion, financial education, and financial regulation in the United Kingdom.
- Leyshon, A., & Thrift, N., (1995), Geographies of Financial Exclusion: Financial Abandonment in Britain and the United States, Transactions of the Institute of British Geographers, New Series, 20(3), 312–341
- Link, P., Vawser, S., Downes, S. & Chant, G. (2004), Research on financial exclusion in Australia. ANZ.
- Mitton, L. (2008), Financial inclusion in the UK: Review of policy and practice, JOSEPH ROWNTREE FOUNDATION.
- National Australia Bank (2011), Measuring Financial Exclusion in Australia.
- Organization for Economic Co-operation and Development (2016), OECD/INFE International survey of adult financial literacy competencies.

Pierson, J. (200), Tackling social exclusion, Oxford: Routledge.

Sinclair, S. P. (2001), Financial exclusion: An introductory survey.  
CRSIS, Edinburgh College of Art, Heriot Watt University.

United Nations Capital Development Fund (2006), Building inclusive financial sectors for development. New York: United Nations Publications.

금융감독원, 2016 금융이해력 조사결과 및 시사점, 2017.01.23. 보도자료,  
[www.fss.or.kr](http://www.fss.or.kr)

금융위원회, 소비자 중심 금융개혁 추진 방안, 2017.09.25., 보도자료,  
[www.fsc.go.kr](http://www.fsc.go.kr)

“G20, 금융소외 계층 접근성 강화를 위한 실행계획 마련”, 연합뉴스,  
2017.08.08., <http://www.yonhapnews.co.kr/>



## 동 의 서

연구 과제명 : 소비자의 금융소외에 관한 연구

연구 책임자명 : 서 가연 (서울대학교 생활과학대학 소비자학과 석사과정)

안녕하십니까? 바쁘신 와중에도 설문에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 조사는 서울대학교 소비자학과 석사학위 논문에 사용될 자료를 수집하기 위한 것으로, 소비자가 금융시장에서 경험하는 금융소외에 관한 설문입니다. 귀하께서 응답해주시는 자료는 향후 효과적인 금융소외 해소 방안을 마련하는데 귀중하게 활용될 예정입니다.

귀하의 정성 어린 답변은 모두 익명으로 처리되며, 오직 연구를 위한 목적으로만 사용될 것입니다. 수집된 개인 정보 및 응답하신 모든 내용은 통계적 분석 및 연구 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않습니다.

귀하께서 하단의 동의서에 '동의함'을 체크하신다는 것은, 이러한 사항에 대해 사전에 알고 있었으며 이를 허용한다는 동의로 간주됩니다.

1. 나는 이 설명서를 읽었습니다.
2. 나는 위험과 이득에 관하여 읽었으며 나의 질문에 만족할 만한 답변을 얻었습니다.
3. 나는 이 연구에 참여하는 것에 대하여 자발적으로 동의합니다.
4. 나는 이 연구에서 얻어진 나에 대한 정보를 현행 법률과 생명윤리위원회 규정이 허용하는 범위 내에서 연구자가 수집하고 처리하는 데 동의합니다.
5. 나는 담당 연구자나 위임 받은 대리인이 연구를 진행하거나 결과 관리를 하는 경우와 법률이 규정한 국가 기관 및 서울대학교 생명윤리위원회가 실태 조사를 하는 경우에는 비밀로 유지되는 나의 개인 신상 정보를 확인하는 것에 동의합니다.
6. 나는 언제라도 이 연구의 참여를 철회할 수 있고 이러한 결정이 나에게 어떠한 해도 되지 않을 것이라는 것을 압니다.

만약 본 연구와 관련하여 질문이 있거나 연구 참여 도중 문제가 생길 경우, 연구자 (서가연, 02-880-5703)에게 연락하여 주시고, 연구참여자로서 귀하의 권리에 대해 질문이 있으실 경우 서울대학교 생명윤리위원회(02-880-5153)로 연락주시기 바랍니다.

감사합니다.

서울대학교 소비자학과 석사과정

서가연(gayeonsoo@snu.ac.kr)

본인은 상기 설명을 충분히 읽고 이해하였으며, 이 연구에 참여하는 것에 대해 자발적으로 동의합니다. 본인은 참여 도중 언제든지 그만둘 수 있고 이 경우 어떠한 불이익도 없음을 이해합니다. 또한 이 연구를 통해 제공된 본인에 대한 정보를 현행 법률과 생명윤리위원회의 규정이 허용하는 범위 내에서 연구자가 수집하고 처리하는데 동의합니다.

동의함 ☐

동의하지 않음 ☐

다음은 귀하의 일반적 특성에 대한 질문입니다.

01. 귀하의 성별을 응답해주세요.

- ① 남자                      ② 여자

02. 귀하의 나이를 응답해주세요. (20세 미만 응답 종료)

만 \_\_\_\_\_세

03. 귀하의 직업은 무엇입니까?

① 직업 없음

② 전문직

③ 사무직

④ 자영업

⑤ 경영/관리직

⑥ 판매/서비스직

⑦ 노동직/생산직

⑧ 농업/어업/축산업 등

⑨ 학생

⑩ 주부

⑪ 기타(\_\_\_\_\_)

04. 현재 거주하고 계시는 지역의 규모를 선택해 주십시오.

- ① 대도시(특별시, 6대 광역시 등)    ② 중소도시    ③ 농어촌    ④ 기타

05. 귀하의 혼인 상태는 다음 중 어디에 해당합니까?

- ① 미혼                      ② 기혼(배우자 있음)    ③ 이혼                      ④ 사별

05-1. (05 ②,③,④ 응답시) 자녀가 있으십니까?

- ① 없다                      ② 있다

06. 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 중졸 이하                      ② 고졸                      ③ 대졸                      ④ 대학원졸 이상

07. 귀하께서 거주하고 계시는 댁은 자가입니까? 전/월세입니까?

- ① 자가    ② 전/월세    ③ 기타 (\_\_\_\_\_)

08. 다음 질문에 동의하는 정도를 체크해주시요.

전혀 그렇지 않다. - 그렇지 않다. - 보통이다. - 그렇다. - 매우 그렇다.					
나는 주변 사람들보다 금융 분야에 대해 더 잘 알고 있다.					
나는 필요한 금융상품에 대한 정보를 스스로 탐색하고 가입 및 이용할 수 있다.					
나는 주변 사람들보다 컴퓨터(데스크탑 혹은 노트북)를 이용하여 금융상품 가입하거나 거래를 잘할 수 있다.					
나는 주변 사람들보다 모바일 기기(스마트폰, 태블릿PC)를 이용하여 금융상품 가입하거나 거래를 잘할 수 있다.					

09. 주관적으로 판단한 본인의 투자 유형은 어디에 해당한다고 생각하십니까?

- ① 최대한 많은 수익을 얻기 위해 상당한 투자위험을 감수한다.
- ② 평균 이상의 수익을 기대하며, 평균 이상의 투자위험을 감수한다.
- ③ 평균 정도의 수익을 기대하며, 평균 정도의 투자위험을 감수한다.
- ④ 수익률이 낮더라도 최소한의 위험만을 감수한다.

10. 1980년부터 2007년까지 연평균 주식투자 수익률은 8.4%라고 합니다. 동일 기간 귀하께서 주식투자를 했다고 가정한다면 귀하의 연평균 수익률을 어떻게 예상하십니까?

- ① 8.4% 미만    ② 8.4% 정도    ③ 8.4% 이상

11. 귀하께서는 인터넷을 사용할 수 있는 컴퓨터(데스크탑 혹은 노트북) 기기를 보유하고 계십니까?

- ① 예                      ② 아니오

12. 귀하께서는 모바일 기반 인터넷이나 어플리케이션을 이용할 수 있는 모바일기기(스마트폰, 태블릿 PC)를 보유하고 계십니까?

- ① 예                      ② 아니오

13. 귀하의 월 평균 세후 총소득은 대략 얼마입니까?

(근로소득, 예금 이자, 임대료 등의 재산소득, 이전소득, 사업소득 등을 모두 합산)

월 평균 \_\_\_\_\_만원

14. 귀하의 현재 자산은 어느 정도입니까? 현재 가치로 적어 주십시오.

(주택 시가, 전/월세 보증금, 상가 등을 포함한 부동산 자산과 예적금, 주식, 채권, 펀드, 저축성 보험, 연금보험, 연금 저축 등을 포함한 금융자산, 그 외 자산을 포함한 금액)

총 자산 \_\_\_\_억 \_\_\_\_\_만원

15. 귀하의 현재 빚은 어느 정도입니까? 앞으로 갚아야 할 금액을 적어주십시오.

(금융기관 및 직장에서 받은 대출, 주택담보대출 또는 약관대출, 신용카드대금, 할부금, 외상 등을 포함한 금액)

총 부채(빚) \_\_\_\_억 \_\_\_\_\_만원

I. 다음은 귀하께서 지점을 직접 방문하거나 금융회사의 직원을 만나서 가입할 수 있는 금융상품입니다. Q1, Q2, Q3를 차례로 읽으면서 해당되는 금융상품에 체크해주세요.

Q1. 다음 중 들어본 적이 있거나 알고 있는 금융상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q2. Q1에서 선택한 금융상품 중 현재 가입하고 있지 않은 상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q3. Q2에서 선택한 금융상품 중 필요하다고 생각하지만 가입하지 못했던 상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q1	Q2	Q3	상품분류	하위 상품 설명 및 예시
			예·적금	보통예금, 정기예금, 정기적금, 연금저축 등
			주식	시세차익을 목적으로 주식회사의 증권을 매입/매매 ex) 영업점 방문 혹은 전화 주문
			펀드	여러 종류의 자산에 분산투자하여 얻어지는 이익을 각 투자자의 투자지분에 따라 배분하는 간접투자제도 ex) 주식형, 채권형, MMF 등
			보장성 보험	질병보험, 암보험, 상해보험, 운전자보험, 어린이보험, 종신보 험, 화재/재물보험, 정기보험, 여행자보험, 자동차보험 등
			저축성 보험	금리연동저축보험, 금리확정저축보험, 변액(유니버설)저축보 험, 변액연금보험, 연금저축보험 등
			신용대출	개인의 신용도를 기준으로 대출받는 금융거래 ex) 마이너스통장 등
			담보대출	물적 담보를 설정하고 자금을 대출해주는 금융거래 ex) 전세자금대출, 주택담보대출 등

II. 다음은 귀하께서 컴퓨터(데스크탑 혹은 노트북)를 이용하여 인터넷 상에서 가입하는 금융상품입니다. Q1, Q2, Q3를 차례로 읽으면서 해당되는 금융상품에 체크해주세요.

Q1. 다음 중 들어본 적이 있거나 알고 있는 금융상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q2. Q1에서 선택한 금융상품 중 현재 가입하고 있지 않은 상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q3. Q2에서 선택한 금융상품 중 필요하다고 생각하지만 가입하지 못했던 상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q1	Q2	Q3	상품분류	하위 상품 설명 및 예시
			예·적금	(온라인으로 가입하는) 보통예금, 정기예금, 정기적금, 연금저축 등 ex) 케이뱅크 예적금 상품
			주식	시세차익을 목적으로 주식회사의 증권을 매입/매매 ex) HTS(Home Trading System)
			펀드	여러 종류의 자산에 분산투자하여 얻어지는 이익을 각 투자자의 투자지분에 따라 배분하는 간접투자제도 ex) (온라인으로 가입하는) 주식형, 채권형, MMF 등
			보장성 보험	(온라인으로 가입하는) 질병보험, 암보험, 상해보험, 운전자보험, 종신보험, 화재/재물보험, 정기보험, 여행자보험 등
			저축성 보험	(온라인으로 가입하는) 금리연동저축보험, 금리확정저축보험, 변액(유니버설)저축보험, 변액연금보험, 연금저축보험 등
			신용대출	개인의 신용도를 기준으로 대출받는 금융거래 ex) 마이너스통장, 온라인 신용대출 등
			담보대출	물적 담보를 설정하고 자금을 대출해주는 금융거래 ex) 전세자금대출, 주택담보대출 등

III. 다음은 귀하께서 모바일기기(스마트폰, 아이패드, 갤럭시탭 등)를 이용하여 어플리케이션이나 인터넷에 접속하여 가입하는 금융상품입니다. Q1, Q2, Q3를 차례로 읽으면서 해당되는 금융상품에 체크해주세요. (Q1, Q2, Q3답하면서 이전에 선택하지 않은 문항은 선택불가)

Q1. 다음 중 들어본 적이 있거나 알고 있는 금융상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q2. Q1에서 선택한 금융상품 중 현재 가입하고 있지 않은 상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q3. Q2에서 선택한 금융상품 중 필요하다고 생각하지만 가입하지 못했던 상품을 모두 선택하여 주십시오.

Q1	Q2	Q3	상품분류	하위 상품 설명 및 예시
			예·적금	보통예금, 정기예금, 정기적금, 연금저축 등 ex) 카카오뱅크, 케이뱅크 예적금 상품
			주식	시세차익을 목적으로 주식회사의 증권을 매입/매매 ex) MTS(Mobile Trading System)
			펀드	여러 종류의 자산에 분산투자하여 얻어지는 이익을 각 투자자의 투자지분에 따라 배분하는 간접투자제도 ex) 모바일 주식형, 채권형, MMF 등
			보장성 보험	(모바일로 가입하는) 질병보험, 암보험, 상해보험, 운전자보험, 종신보험, 화재/재물보험, 정기보험, 여행자보험 등
			저축성 보험	(모바일로 가입하는) 금리연동저축보험, 금리확정저축보험, 변액(유니버설)저축보험, 변액연금보험, 연금저축보험 등
			신용대출	개인의 신용도를 기준으로 대출받는 금융거래 ex) 마이너스통장, 모바일 신용대출, 카카오뱅크 신용대출 등
			담보대출	물적 담보를 설정하고 자금을 대출해주는 금융거래 ex) 전세자금대출, 주택담보대출 등

Q4. (Q1에서 Q3까지 **최종** 선택한 **대면거래** 문항에 대해 해당 문항 제시) 귀하께서는 Q3번 문항에서 \_\_\_\_\_를 선택하셨습니다. 해당 상품을 가입할 생각은 있었지만 현재까지 가입하지 **못했던** 원인에 해당하는 보기를 모두 선택하여 주십시오(답변가능개수 1-3개).

1순위: \_\_\_\_\_

2순위: \_\_\_\_\_

3순위: \_\_\_\_\_

- ① 가입하고 유지할 비용이 부담됨
- ② 상품이 너무 복잡해서 이해하기 어려움
- ③ 꾸준히 이용할 자신이 없음
- ④ 금융회사를 신뢰하지 않음
- ⑤ 금융상품을 가입할 수 있는 경로가 없음 (예시. 주변에 지점이 없음)
- ⑥ 비슷한 상품들이 너무 많아서 선택하기가 어려움
- ⑦ 금융회사가 제공하는 상품에 자격조건이 되지 않음  
(예시. 낮은 신용등급으로 가입 거절)
- ⑧ 내 주변 사람들이 해당 금융상품을 부정적으로 인식함
- ⑨ 기타 (\_\_\_\_\_)

Q4'. (Q1에서 Q3까지 **최종** 선택한 **비대면거래** 문항에 대해 해당 문항 제시) 귀하께서는 Q3번 문항에서 \_\_\_\_\_를 선택하셨습니다. 해당 상품을 가입할 생각은 있었지만 현재까지 가입하지 **못했던** 원인에 해당하는 보기를 모두 선택하여 주십시오(답변가능개수 1-3개).

1순위: \_\_\_\_\_

2순위: \_\_\_\_\_

3순위: \_\_\_\_\_

- ① 상품을 가입하고 유지할 비용이 부담됨
- ② 상품이 너무 복잡해서 이해하기 어려움
- ③ 꾸준히 이용할 자신이 없음
- ④ 금융회사를 신뢰하지 않음
- ⑤ 금융상품을 가입할 수 있는 경로가 없음  
(예시. 주변에 지점이 없음, 지점방문 시간이 끝남)
- ⑥ 비슷한 상품들이 너무 많아서 선택하기가 어려움
- ⑦ 금융회사가 제공하는 상품에 자격조건이 되지 않음  
(예시. 낮은 신용등급으로 가입 거절)
- ⑧ 내 주변 사람들이 해당 금융상품을 부정적으로 인식함
- ⑨ 컴퓨터 혹은 모바일기기 미보유
- ⑩ 보안이 걱정됨
- ⑪ 컴퓨터 혹은 모바일기기를 이용해서 금융상품을 가입하는 방법을 모름
- ⑫ 컴퓨터 혹은 스마트폰을 이용하여 금융상품을 가입하고 이용하는 것이 두려움
- ⑬ 기타 (\_\_\_\_\_)

Q5. Q3에서 선택하신 금융상품들 중에서도 고민을 가장 많이 했던 상품은 무엇이었습니까?  
(하나만 선택)

	지점방문, 직원방문	컴퓨터 이용	모바일 이용
예·적금			
주식			
펀드			
보장성보험			
저축성보험			
신용대출			
담보대출			

Q5-1. 해당 상품을 가입하려고 시도하는 과정에서 겪었던 어려움을 떠올리며 아래 문항에  
답하여 주십시오.

① 전혀 그렇지 않다. - ② 그렇지 않다. - ③ 보통이다. - ④ 그렇다. - ⑤ 매우 그렇다.

	①	②	③	④	⑤
가입하면 상품을 이용하는데 돈이 많이 들 것 같다.					
상품이 복잡해서 이해하기가 어렵다.					
꾸준히 이용할 자신이 없다.					
금융회사를 신뢰하지 않는다.					
과거에 금융상품을 이용하면서 안좋은 경험을 했다.					

금융상품을 가입할 수 있는 마땅한 수단이 없다. (예시. 주변에 지점이 없음, 지점방문 시간이 끝남)					
비슷한 상품들이 너무 많아서 선택하기가 어렵다.					
금융회사가 제공하는 상품에 자격조건이 되지 않는다. (예시. 낮은 신용등급으로 인하여 가입 거절)					
주변 사람들이 해당 상품에 대해 부정적으로 생각한다.					

컴퓨터 혹은 스마트폰을 이용하여 금융상품을 가입하고 이용하는데 겁이 난다.					
컴퓨터 혹은 스마트폰을 보유하고 있지만 금융상품을 해당 기기를 통해 가입하는 방법을 모른다.					
금융상품 이용 시 보안이 우려된다.					
주변 사람들이 인터넷 혹은 모바일 기기를 사용하여 금융상품을 가입하거나 이용하지 않는다.					



I. 아래 보기에 어느 정도 동의하는지 표시하여 주십시오.

① 전혀 그렇지 않다. - ② 그렇지 않다. - ③ 보통이다. - ④ 그렇다. - ⑤ 매우 그렇다.

	①	②	③	④	⑤
대부분의 금융회사는 소비자의 필요에 맞는 상품을 제공하려고 노력하는 것 같지 않다.					
금융상품을 가입하고 나면 계약을 취소(철회)하기가 심리적으로 두렵다.					
나는 금융회사 직원이 불친절하게 하더라도 적극적으로 대응하지 못한다.					
금융상품 중에서 나의 필요에 맞는 상품을 찾을 수 없는 경우가 많다.					
금융회사들은 소비자의 이익보다는 자신들의 이익창출에만 관심을 두는 것 같다.					
각종 불필요한 광고에 드는 비용 때문에 금융상품의 가격이 높아진다는 느낌이 든다.					
비슷한 금융상품이 너무 많아 어떤 상품을 선택해야 할지 모르겠다.					
어떤 금융회사가 나에게 적합한 금융상품을 제공할 수 있는지 알기 어렵다.					
금융상품의 부정적인 정보는 소비자들이 쉽게 알기 어려운 것이 현실이다.					
소비자들은 금융회사가 소비자들에게 적합한 금융상품 만들도록 하는데 영향력을 미칠 수 없다고 생각한다.					

I. 다음은 재무관리에 대한 귀하의 평상시 태도와 행동에 대한 질문입니다.

① 전혀 그렇지 않다. - ② 그렇지 않다. - ③ 보통이다. - ④ 그렇다. - ⑤ 매우 그렇다.

	①	②	③	④	⑤
돈은 쓰기 위해 존재하는 것이다.					
나는 현재를 위해 살고 미래에 대해서는 걱정하지 않는 편이다.					
일어나지 않을 수도 있는 일 때문에 보험에 드는 것이 아깝다는 생각이 든다.					
가진 돈을 아껴서 불리는 것보다 지금의 만족을 위해 쓰는 것이 더 좋은 일이다.					
내 재산에 손해가 날지도 모르는 위험에 대비해 미리 계획을 세워두어야 한다.					

	①	②	③	④	⑤
금전적인 문제에 대해 장기 목표를 가지고 있으며 그것을 이루기 위해 노력하는 편이다.					
저축과 지출에 대한 예산을 세운다.					
평상시 나의 재무상황에 대해 면밀히 점검하는 편이다.					
나는 어떤 상품을 구매하기 이전에 그 비용을 지불할 여유가 있는지 확인한다.					
나는 각종 청구대금(공과금, 아파트관리비, 카드대금 등)을 정해진 기일 내에 지불한다.					

II. 다음은 귀하의 금융이해력을 측정하기 위한 질문입니다.

- |  |   |   |    |
|--|---|---|----|
| 01. 물가상승률이 3%라면 1년 후 천만원으로 살 수 있는 물건의 양은 지금 천만원으로 살 수 있는 물건의 양보다 많다.         | O | X | 모름 |
| 02. 높은 인플레이션율(물가상승률)은 생활비가 빠르게 증가한다는 것을 의미한다.                                | O | X | 모름 |
| 03. 연이율이 2%인 비과세 저축성예금계좌에 백만원을 복리이자로 5년 동안 입금해 둔다면, 5년 후에 금액은 110만원이 될 것이다.  | O | X | 모름 |
| 04. 백화점 구매대금이나 통신요금의 연체도 신용등급에 영향을 미칠 수 있다.                                  | O | X | 모름 |
| 05. 연금보험, 보통예금, 정기예금, 수익증권 중 비상자금으로 쓸 돈을 저축하기에 가장 적합하지 않은 것은 수익증권이다.         | O | X | 모름 |
| 06. 어떤 사람이 당신에게 큰 돈을 벌 수 있는 기회가 있다고 제안한다면, 그것은 큰 돈을 손해볼 가능성도 있다는 것을 의미한다.    | O | X | 모름 |
| 07. 어느 날 친구에게 250만원을 빌려주고, 그 다음날 친구로부터 250만원을 돌려받는다면 받게 되는 이자는 없다.           | O | X | 모름 |
| 08. 보험회사에서 판매하는 변액보험은 예금자보호제도에 의해 보호를 받을 수 있다.                               | O | X | 모름 |
| 09. 100만원을 연이율 2%의 비과세 저축성예금에 저축한 후 추가적인 입금과 출금이 없다면 1년 뒤 계좌에는 102만원이 남게 된다. | O | X | 모름 |
| 10. 돈을 여러 곳에 투자하면 돈을 전부 잃어버릴 가능성이 높아진다.                                      | O | X | 모름 |

I. 다음은 귀하의 기술이용능력을 알아보기 위한 문항입니다.

Q1. 귀하께서는 컴퓨터(데스크탑/노트북)를 이용하여 다음의 활동을 얼마나 자립적으로 하실 수 있으십니까?

① 전혀 그렇지 않다. - ② 그렇지 않다. - ③ 보통이다. - ④ 그렇다. - ⑤ 매우 그렇다.

	①	②	③	④	⑤
필요한 프로그램(소프트웨어)을 컴퓨터에 설치/삭제/업데이트 할 수 있다.					
컴퓨터에 유선 또는 무선 인터넷을 스스로 연결해서 사용할 수 있다. (단, IP 설정은 제외)					
컴퓨터에 다양한 외장기기(디지털 카메라, 프린터, 스캐너, USB 외장하드 등)를 연결하여 이용할 수 있다.					
컴퓨터에 있는 파일을 인터넷을 통해 다른 사람에게 전송할 수 있다.					
컴퓨터(한글, 엑셀, 파워포인트 등)를 이용하여 문서나 자료를 작성할 수 있다.					

Q2. 귀하께서는 모바일기기(스마트폰 및 스마트패드 등)를 이용하여 다음의 활동을 얼마나 자립적으로 하실 수 있으십니까?

	①	②	③	④	⑤
모바일기기에서 디스플레이/소리/보안/알람/입력방법 등의 환경설정을 할 수 있다.					
모바일기기에서 무선 네트워크(와이파이) 설정을 할 수 있다.					
내 모바일기기에 있는 파일/사진 등을 다른 사람에게 전송할 수 있다.					
필요한 앱을 모바일기기에 설치/삭제/업데이트할 수 있다.					
모바일기기에서 문서나 자료(메모, 워드 등)를 작성할 수 있다.					

설문의 마지막 페이지입니다.

응답해주셔서 감사합니다.

## Abstract

# A Study on Consumers' Financial Exclusion : focusing on Financial Products and Transaction Methods

Seo, Gayeon

Dept. of Consumer Science

The Graduate School

Seoul National University

The study aims to examine the experiences of consumers who are financially excluded in the Korean market. As global recession has been prolonged, and the level of social inequality gets worse over the world, many countries started focusing on a financial exclusion issue. According to European Commission, “financial exclusion” is defined as “a process whereby people encounter difficulties accessing and/or using financial services and products in the mainstream market that are appropriate to their needs and enable them to lead a normal social life in the society in which they belong.” It means that all the financial consumers have a right to appropriately purchase financial products or services through proper means of access to maximize their financial needs.

Nevertheless, financial consumers go through various kinds of financial exclusion in the market in terms of two aspects: the distinct characteristics of financial products or services and the changing methods of transactions using

the internet or smartphones. Since the products and services tend to be so complicate that consumers have difficulty in fully understanding terms and conditions, this can cause serious monetary losses. Also, consumers who are not used to the new technologies, particularly the elderly, are not able to benefit from using online based financial transactions. Therefore, it is necessary to look deep into the financial exclusion with these two traits of the financial market, which would be the underlying cause of financial inequality in the way that this could closely lead to overall social exclusion.

Considering these problems mentioned above, this study attempted to identify the experiences of financially excluded consumers and the causes by taking the concept of “financial exclusion” in broaden sense. The data has been collected via online survey. The questionnaires are financial consumers from the twenties to the seventies, who are eligible to purchase financial products or services. descriptive statistics and analysis of variance has been used to look into the overall circumstances of financial exclusion and the characteristics of financially excluded consumers. Secondly, logistic regression has been adopted to examine comparative effects of the causes of financial exclusion.

About 65% of the 526 respondents showed that they have experienced financial exclusion at least once. In addition, aspects and causes of financial exclusion were different according to the financial products and transaction methods, thus it could be concluded that the attempt to define financial exclusion as an expanded concept in this study was effective.

In detail, the financial exclusion could be classified by characteristics of financial products. 67.7% of respondents have most experienced in investment products, followed by insurance products(42.7%), loans(21.6%), and savings accounts(21.3%). In the case of investment products, psychological factors such as the burden on transaction costs and the confidence in financial transaction, and the selection confusion in various products affected financial exclusion. In the case of insurance products, the burden on transaction costs and the selection confusion in various products variables were distinguishing. Considering that the level of financial literacy and the subjective financial transaction competency were high in the group of financial exclusion in loans, it could be assumed that the negative recognition of a reference group or the influence of an external transaction environment caused the financial exclusion. Finally, in savings accounts, a financial behavior variable, which measured the level of practices for

effective asset management, had a negative effect on financial exclusion.

In the realm of the results of this study mentioned above, the financial exclusion has not been caused by not only a financial deficit or a limitation of credit use, however, also factors such as psychological aspects and characteristics of financial products.

Meanwhile, in terms of transaction methods, there was a statistically significant difference between a face-to-face transaction and non-face to face transactions. The selection confusion and the age variables had positive effects on financial exclusion of non-face to face transaction groups. The age variable could be related to the technology competency, since as people get older, they are less likely to adopt new technologies such as computers or smartphones. In this regard, it can be concluded that the financial exclusion caused by a digital divide issue in the financial market is not merely the matter of the technology competency itself but also the financial literacy.

Based on the results of this study, the following suggestions could be presented to the three main players in the market. Consumers should put various efforts on raising their level of financial literacy by practicing activities such as budgeting or taking courses regarding financial knowledge. The government needs to be able to provide appropriate information which consumers can acquire and to create an environment that facilitates consumers' financial activities in the financial market. Finally, considering that financial exclusion differs depending on the characteristics of the financial products and the transaction methods, financial institutions need to selectively consider the target groups developing and selling financial products. In addition, the result that non-face-to-face transactions are influenced by both the intrinsic characteristics of the financial products and technology suggests that financial institutions should put emphasis on providing consumer-centric interface that consumers can find and select appropriate financial products by themselves using computers or smartphones.

**keywords : Financial Exclusion, Financial Inclusion, Financial Products,  
Financial Transaction Methods**

***Student Number : 2016-26632***